

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
Санкт-Петербургский государственный университет

Колотовкина Мария Олеговна

**ОРГАНИЗАЦИЯ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ГАЛЕРЕЙ И ИХ  
ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ В ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОЙ  
ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРИМЕРЕ  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА**

Выпускная квалификационная работа по направлению подготовки  
035300 «Искусства и гуманитарные науки»

Профиль подготовки «История искусств»

Научный руководитель: Чечот И.Д.,  
Доцент кафедры междисциплинарных  
исследований и практик в области искусств,  
кандидат искусствоведения

Санкт-Петербург

2017

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>3</b>
<b>1.ИСТОРИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО РЫНКА И ПЕРВЫЕ ШАГИ ГАЛЕРЕЙНОГО ДЕЛА.....</b>	<b>7</b>
<b>2.ОРГАНИЗАЦИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЧАСТНЫХ ГАЛЕРЕЙ.....</b>	<b>22</b>
2.1 Анализ места и функции современных частных художественных галерей.....	22
2.2.Выявление механизмов организации и функционирования художественных галерей.....	28
2.3. Сравнение результатов интервьюирования и обработка данных.....	30
<b>3.САМАЯ УСПЕШНАЯ ВЫСТАВКА. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ РАБОТ ТРЕХ ГАЛЕРЕЙ.....</b>	<b>52</b>
3.1 MarinaGisich .....	53
3.2 kGallery.....	56
3.3AnnaNova.....	59
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>62</b>
Список используемой литературы .....	65
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ.....</b>	<b>68</b>
Приложение 1.....	68
Приложение 2.....	78
Приложение 3 .....	84

## ВВЕДЕНИЕ

Активация культурного развития современного общества – одна из приоритетных задач государственной политики Российской Федерации. Приоритетом государства является сохранение и развитие культуры, которая содержит в себе огромный потенциал для формирования и укрепления гражданской идентичности, обеспечения единства российской нации, поддержки единства культурного и языкового пространства Российской Федерации <sup>1</sup>.

Художественные галереи являются частью культурной жизни города наравне с музеями, выставочными центрами, художественными заведениями. Сегодня художественные галереи есть во всех развитых странах мира. Галереи играют роль в образовании, поддерживают художников, сотрудничают с музеями, популяризируют русское искусство.

Они формируют арт-рынок страны, который, в свою очередь, является показателем культурного уровня жизни государства и, в частности, города. «Художественный рынок – это система социокультурных и экономических отношений, связанных с товарооборотом произведений искусства и услуг по исполнению художественных работ. Он предстаёт важным компонентом культуры – формирует материальную основу для развития искусства, существенно и разносторонне влияет на создание, распространение и бытование художественных произведений» <sup>2</sup>.

В понятие «галерея» закладывается достаточно широкий набор смыслов. Первый – это галерея как объект архитектуры<sup>3</sup>. Второй – галерея как пространство для демонстрации художественных произведений. В этом

---

<sup>1</sup> Распоряжение правительства от 29 февраля 2016. URL: [http://mkrf.ru/upload/mkrf/mkdocs2016/09\\_03\\_2016\\_01.pdf](http://mkrf.ru/upload/mkrf/mkdocs2016/09_03_2016_01.pdf) (дата обращения 23.05.17)

<sup>2</sup> Северюхин Д.Я. Старый художественный Петербург: Художественный рынок и самоорганизация художников. – СПб.: Мир, 2008.С.5.

<sup>3</sup> Там же.С.6

ключе галерея может быть частной, государственной или общественной<sup>4</sup>. Для дальнейшего исследования будет использоваться второе значение понятия «галерея».

Если художественные галереи, как и музеи, являются пространством для экспонирования, то их основное отличие от музеев заключается в возможности продажи произведений, следовательно, и их популяризации в России и за рубежом. Помимо этого, к отличиям галерей от музеев можно отнести следующее:

- у каждой галереи существует своя стратегия организации и функционирования;
- в галерее постоянно меняются экспозиции;
- представители галереи заключают договора с художниками;
- на территории галереи проходят презентации, лекции, мероприятия.
- на территории галереи осуществляется возможность приобретения произведений искусства.

В ходе написания дипломной работы представляется целесообразным провести классификацию галерей в зависимости от их коммерческой направленности. Существуют галереи первичного рынка и галереи рынка смешанного или вторичного. В первом случае галерея занимается исключительно продажей произведений современного искусства. Во втором случае это галереи, специализирующиеся на продаже работ различных периодов.

В рамках дипломной работы рассмотрены разные типы галерей.

Галерея Марины Гисич (MarinaGisichgallery<sup>5</sup>) ориентируется на современное русское искусство, как и галерея AnnaNova<sup>6</sup>, которая также

---

<sup>4</sup> Карпов А.В. Художественный рынок: Вопросы теории, истории, методологии. – СПб.:СПбГУП, 2004.С. 109.

<sup>5</sup> Marina Gisich Gallery «Галерея Марины Гисич». URL: <http://gisich.com/gallery> (дата обращения 23.05.17)

<sup>6</sup> Anna Nova gallery «О галерее».URL: <http://annanova-gallery.ru/about.php> (дата обращения 23.05.17)

допускает и экспонирование зарубежных мастеров. KGallery<sup>7</sup> концентрирует своё внимание на русском искусстве XIX-XX веков.

Несмотря на значимость частных галерей в современной художественной культуре, к ним проявляется гораздо меньший интерес, чем, например, к музеям. Частные галереи вовсе не субсидируются, несмотря на их влияние на формирование арт-рынка.

Исследование, проведенное на основании результатов интервьюирования респондентов, представителей трех частных галерей в Санкт-Петербурге – MarinaGisichgallery; AnnaNovagallery; kGallery, показало, что галереи не поддерживаются государством. Это значительно сужает масштабы деятельности галерей и, следовательно, препятствует развитию арт-рынка в городе.

**Актуальность** данной работы заключается в необходимости выявления механизмов организации художественных галерей в современной культуре Санкт-Петербурга.

**Объектом** исследования является художественная галерея.

**Предмет изучения** – роль частных художественных галерей в культурно-общественном пространстве Санкт-Петербурга, актуальные проблемы объекта исследования, выявленные через глубинные интервью респондентов – представителей галерей: MarinaGisichgallery, AnnaNovagallery, kGallery.

**Цель** работы заключается в выявлении механизмов организации и функционирования частной художественной галереи.

Наличие этой цели подразумевает постановку нескольких задач.

**Задачи работы:**

– Проанализировать и систематизировать теоретические и практические основы организации художественной галереи

– Исследовать механизмы организации и функционирования галереи

---

<sup>7</sup> kGallery «О галерее». URL: <http://www.kgallery.ru/about-gallery.html> (дата обращения: 23.05.17)

- Провести анкетирование респондентов
- Проанализировать результаты исследования
- Выявить механизмы организации и функционирования галерей

**Теоретическая и практическая значимость** данной дипломной работы обусловлена возможностью применения на практике полученных в рамках исследования результатов. Материалы дипломной работы могут быть использованы как основа для повесток дня, конференций, круглых столов и семинаров, посвященных вопросу структурирования и формирования современных художественных галерей в Санкт-Петербурге.

Результаты проводимого среди респондентов исследования обладают большими перспективами для использования: могут служить примером взаимодействия научного сообщества и практических деятелей в области современного искусства; быть использованными в качестве основы для разработки системы и механизмов консолидации всех представителей профильных отраслей, связанных с современным искусством Санкт-Петербурга; послужить базой для составления конкурсной документации по проведению творческих конкурсов среди художников с целью отбора частными художественными галереями; позволить сформировать характерные особенности и отличия организации и функционирования частных художественных галерей именно в Санкт-Петербурге. Также результаты исследования могут применяться при создании обобщающих трудов в области развития современного искусства в Санкт-Петербурге и России в целом.

**Структура:** выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы. К работе прилагаются приложения.

## ГЛАВА 1. ИСТОРИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО РЫНКА И ПЕРВЫЕ ШАГИ ГАЛЕРЕЙНОГО ДЕЛА

Прервав художественное развитие, социалистический эксперимент длительностью в семьдесят лет целиком и полностью отразился на художественном рынке страны. Коммерческие отношения, после длительного застоя в художественной культуре, начали зарождаться только во второй половине XX века.

Изучая механизмы петербургского арт-рынка, частью которого является понятие «частная галерея», необходимо обратиться к истокам культурно-экономического состояния России.

Первое лицо государства почти всегда предопределяло тенденции в художественной жизни страны. До середины XIX века эта роль была отведена Академии Художеств<sup>8</sup>. Наряду с Академией существовало также и Императорское Общество поощрения художников, существовавшее с 1820 до 1917 года. Главной целью таких обществ была выставочная деятельность и формирование общественного вкуса у русских людей<sup>9</sup>.

Началом художественной жизни страны можно считать и основание Санкт-Петербурга. Ведь благодаря Петру I и его геополитическим амбициям был возведён город, который по всем канонам, включая уровень культурного развития населения, не уступает европейским развитым столицам. После 1710 года мода на антиквариат начала распространяться не только на аристократию, но и на другие слои общества. Исходя из того, что возрос спрос на изобразительное искусство, стали зарождаться товарно-рыночные отношения, а с ними и выставочная деятельность. Понятие выставка зародилось на рубеже XVII – XVIII веков<sup>10</sup>. Появление художественные

---

<sup>8</sup> Северюхин Д. «Выставочная проза» Петербурга. Из истории художественного рынка. СПб., 2003. С.6.

<sup>9</sup> Там же. С.7.

<sup>10</sup> Т.П.Калугина. Художественный музей как феномен культуры. – Издательский дом «Петрополис», 2008 г. С.75.

выставок способствовало росту спроса на произведения искусства. С самого начала художественный рынок не был связан с государственными заказами, а складывался в хаотичном формате, нося любительский характер. В дальнейшем именно Петр I, посещая страны запада, приобрел большую коллекцию живописи. Также он приглашал иностранных художников, скульпторов, архитекторов<sup>11</sup>. Существовали различные контракты для приглашенных гостей, выделялось жилье и другие различные удобства, что со временем увеличило приток профессионалов.

После смерти Петра Великого череда столкновений за власть отразилась на культурном уровне страны. Сказался и отъезд иностранных специалистов из страны. В январе 1728 всех мастеровых приказали распустить: «Девятого января 1728 г., велено распустить из Канцелярии строения русских мастеровых, несших обязательную службу; оставив только в ведомстве Канцелярии стр. детей их, выше 12 летнего возраста, для обучения разных художеств»<sup>12</sup>.

Несмотря на это, рынок творческих изделий понемногу набирал обороты. К концу 1732 года широкое распространение стали получать аукционы, включающие в себя торговлю в том числе и предметами искусства. А ближе к середине века аукционы становятся вполне привычным делом, а в газетах уже свободно распространяются объявления о продаже живописи знаменитых европейских мастеров. При императрице Екатерине особой популярностью начало пользоваться коллекционирование предметов искусства. Оно считалось не только необходимым для развития духовного уровня страны, но и престижным.

Особое место в развитии художественной жизни России занимает Академия художеств, которая была учреждена в 1757 году, включающая в себя Гравировальную палату и Рисовальную палату. Академия художеств

---

<sup>11</sup> Северюхин Д.Я. «Выставочная проза» Петербурга. Из истории художественного рынка. СПб., 2003.С.11.

<sup>12</sup> Петров П. Н. История Санкт-Петербурга с основания города до введения в действие выборного городского управления по учреждениям о губерниях. 1703-1782. СПб.: Глазунов, 1884. С 255.



стала главным государственным органом, который был ответствен за подготовку художников и художественные заказы. Благодаря фавориту императрицы И.И. Шувалову удалось высоко поднять бюджет, выделяемый для академии. В 1762 году Екатерина утвердила устав академии художеств, за которым последовало увеличение ее бюджета. Выпускники и пенсионеры академии художеств находились на государственном обеспечении.

Первым аукционом, где осуществлялась официальная продажа произведений искусства, считается факторская А. Ф. Кокоринова, который вступил в должность директора и архитектора академии художеств<sup>13</sup>. В факторской в виде аукциона продавались скульптурные копии, которые были выполнены студентами, а вырученные средства направлялись на нужды академии. Позже аукционы, проводимые на территории Академии художеств, приобрели регулярный характер. Стоящие работы можно было купить за совершенно небольшие деньги, но оригиналы к аукциону не допускались: «стоит отметить, что через академическую факторскую продавались преимущественно тиражированные ученические произведения граверов и скульпторов и живописные копии. Оригинальные же работы, удостоенные наград или выполненные в качестве пенсионерских отчетных на академических выставках, оставались в музейном собрании Академии»<sup>14</sup>.

Роль факторской в истории художественной жизни страны нельзя недооценивать, хотя в контексте арт-рынка факторская носила скорее любительский характер, нежели привлекала профессионалов-коллекционеров<sup>15</sup>. Нужно сказать, что факторская на протяжении долго времени оставалась единственной специализированной площадкой, где можно было в аукционном порядке приобрести произведение искусства.

Помимо всего прочего существовали также и казенные аукционы, которые устраивались скорее в обязательном порядке. На таких аукционах

---

<sup>13</sup> Северюхин Д.Я. Старый художественный Петербург: Художественный рынок и самоорганизация художников. – СПб.: Мир, 2008. С.34

<sup>14</sup> Там же. С.38.

<sup>15</sup> Там же. С.42.

распродавались имущества, конфискованные в результате задолженности либо после смерти собственника. В основном это были художники, приближенные к императорскому двору. Помимо всего прочего, картины также часто участвовали в лотереях и зачастую попадали в руки владельца в качестве выигрыша. А с середины XVIII века картины стали провозиться на судах в качестве сопутствующего товара и часто продавались прямо на таможне, причем цена устанавливалась специально обученными людьми прямо на месте. Обо всех этих событиях можно было прочитать в газетах, но некоторые из них были достаточно закрытыми от посторонних, а авторы продаваемых картин вовсе не указывались.

Интерес к искусству в Петербурге начал интенсивно набирать обороты только к самому концу столетия. Были открыты первые художественные магазины, например, «эстампный кабинет»<sup>16</sup>, а также торговый дом Германа Клостермана. Стоит отметить, что изначально, первыми учредителями таких торговых заведений были иностранцы.

История картинных галерей как мест, где представляются собранные частные коллекции, напрямую связана с Петровской реформой. «В числе важных итогов политики Петра I и его ближайших преемников в художественной сфере стало создание первых в России картинных галерей: в Старом и Новом летних дворцах, в Екатерининском дворце, в Летнем саду и в Петергофе. Продолжая дело Петра I и Елизаветы Петровны, Екатерина II со свойственным ей азартом и имперским размахом включилась в борьбу за обладание лучшими европейскими художественными шедеврами. Впечатляющим событием культурной жизни восемнадцатого столетия стало основание ею в 1764 г. Картинной галереи Эрмитажа, которая первоначально располагалась в Зимнем дворце в здании так называемого Малого Эрмитажа, построенного в 1764-1765 гг. по проекту Ю. М. Фельтена и Ж.-Б. Вален

---

<sup>16</sup> Северюхин Д.Я. Старый художественный Петербург: Художественный рынок и самоорганизация художников. – СПб.: Мир, 2008. С.54.

Деламота»<sup>17</sup>. Художники Академии художеств также привлекались для копирования привезенный Екатериной произведений искусства, что в свою очередь помогало ознакомиться с западным искусством.

В дальнейшем, когда строительство усадеб стало расширяться, потребовалось и иное количество произведений. Покупки в царскую коллекцию в основном совершались с западного рынка. В дальнейшем главными торговцами стали итальянцы, они заметно вытесняли рынок других европейцев. Картина, купленная для коллекции императорской семьи, устанавливала цены на остальные произведения художника. Наравне с собирательством коллекционным стало возрастать и собирательство ради украшения. Это необязательно были знаменитые мастера: люди зачастую покупали станковые картины для использования по их бытовому назначению, то есть для обустройства жилища.

Примечателен тот факт, что произведения искусства, которые собирались как при дворе, так и людьми более мелких чинов, коллекционировались наряду с драгоценными камнями и металлами. Позже они стали изучаться и осмысливаться как самостоятельные художественные объекты.

На западе появляются аукционы, Christie`s – в 1766, Sotheby`s – в 1766. С возникновением этих аукционов изменилось и местоположение художественных столиц. Ими стали Париж и Лондон. Затем в конце 1770-х Рим становится новой Меккой для торговли антиквариатом. Немалую роль в российском собирательстве сыграла французская революция, начало которой датируется 1789 годом. Отчасти благодаря таким событиям и спаду в экономике разных стран, в продажу попадали настоящие шедевры. На смену французской революции приходит 1812 год, который впоследствии оставил свой след в культурной жизни России. Подъем патриотических настроений вдохновил многих на изучение русской культуры и привел к росту интереса к

---

<sup>17</sup> Северюхин Д.Я. Старый художественный Петербург: Художественный рынок и самоорганизация художников. – СПб.: Мир, 2008. С.66.

собираательству, а, как следствие, и развитию художественного рынка в Санкт-Петербурге.

Самым продуктивным временем для становления культурной среды в Петербурге можно считать период с начала XIX века до революции 1917 года. Культурная политика, основоположником которой стал Петр I, на протяжении последующего столетия несколько видоизменилась. Патриотизм и закономерно возросший на его фоне интерес к русской культуре и искусству сохранялся на протяжении века, а количество иностранцев, работавших при дворе, существенно снизилось.

Павел I и его жена Мария Федоровна стали первооткрывателями века в области искусства. При них значительно либерализовалась система поступления и процесса обучения в академии художеств. За эпохой Павла последовало время Александра I, благодаря которому значительно расширилась Эрмитажная<sup>18</sup>. Основание реставраторской школы тоже выдалось на период правления Александра I и конечно же, это время, когда Эрмитаж стал открыт для посещения в качестве музея.

Александр I стал тем императором, при котором началось освобождение крепостных и зачисление их в Академию, что в итоге подарило миру много прекрасных живописцев и скульпторов, например, Орловского Б.И. В 1820 году основывается значимое для художественной жизни страны объединение – Общество поощрения художников. Оно будет сохранять свой суверенитет на протяжении почти ста лет. Расцвет этой организации приходится на эпоху правления Николая I. Правитель уделил развитию этой организации особое внимание. Во-первых, появилась ежегодная субсидия, которую назначил император. Во-вторых, ОПХ стало полноправной организацией, которая поддерживала художников. Появился её устав, в котором прописывались официальные цели и обязанности общества: «а.) содействовать успехам изящных искусств в России; в.)

---

<sup>18</sup> Северюхин Д.Я. «Выставочная проза» Петербурга. Из истории художественного рынка. СПб., 2003.С. 14.

ободрять и поощрять дарования русских художников»<sup>19</sup>. Помимо этого, в рамках этого общества разыгрывались произведения искусства: «с.) Участвуют в получении, безденежно, билетов и выигрываемых художественных произведений при лотереях, бывающих в Собраниях Общества между Членами»<sup>20</sup>. Организация также устраивала выставки художникам, имела свою печать, могла пропустить без затруднения, при надобности, через таможенную различные произведения искусства: «Если встретится надобность выписать из чужих краев картины, эстампы, статуи, камеи, бюсты, литографические камни, доски для гравирования, манекены и прочие художественные произведения и потребности, то сносится о сем, через Комитет свой, с Министром Финансов и ходатайствует как о беспошлинном пропуске сих вещей»<sup>21</sup>. Общество поощрения художников сыграло большую роль в становлении культурной жизни страны. В дальнейшем, художественные лотереи стали нередким явлением. ОПХ со временем стало расширяться, видоизменялись уставы общества, а в его ведомство была передана Рисовальная школа вольноприходящих, где организовывались выставки-продажи.

В связи с развитием арт-рынка создается артель художников – первая организация производственно-коммерческого типа. Вся деятельность сводилась к организации выставок и выполнению различных художественных работ. С того момента художники брали всю инициативу на себя, создавали и распоряжались работами самостоятельно. Впоследствии основатель артели Крамской вышел из нее и уже обговаривал сотрудничество с молодыми художниками о создании ТПХВ – Товарищества передвижных художественных выставок.. ТВПХ было успешно выстроено в художественно-коммерческом плане просуществовало почти половину века.

---

<sup>19</sup> Устав Общества поощрения художников. СПб., 1833. С.4.

<sup>20</sup> Там же. С. 6.

<sup>21</sup> Там же. С.7.

В дальнейшем число художественных объединений неуклонно росло, а их деятельность была передана под контроль Министерства внутренних дел. В рамках таких объединений проходили лекции, выставки. Они зачастую выступали посредниками между художником и коллекционером. Эти объединения можно сравнивать с галереями. Среди объединений, выступающих в качестве посредников в Санкт-Петербурге, важно отметить следующие: Общество русских акварелистов; Санкт-Петербургское общество художников; Общество архитекторов-художников; журнал «Мир искусства». Такие общества проводили выставки, не привязанные к одному месту, так как вовсе не имели собственного помещения, а устраивались в коммерческих залах, дворцах и особняках. Поскольку Академия художеств долгое время не предоставляла помещения под выставки, вопрос с выставочным пространством поднимался безуспешно вплоть до 1913 года. Но все же в Императорской Академии художеств устраивались конкурсы и выставки по гравюре и рисунку для молодых художников, с денежным вознаграждением<sup>22</sup>.

После этого Академией художеств окончательно было принято решение построить новое выставочное здание на Екатерининском канале. Только в 1917 здание возвели по проекту Бенуа и Овсянникова. Уже в 1917 году прошло первое мероприятие «Дворец искусства».

Переходя к обсуждению художественной жизни в XX веке, необходимо сказать, что помимо художественных объединений, в рамках которых кроме выставочной деятельности осуществлялась и торговля, в геометрической прогрессии возросло количество художественных магазинов и лавок. В период с 1895 по 1917 год их насчитывалось порядка ста двадцати четырех. Такие лавки и магазины заменяли на арт-рынке художественные галереи.

---

<sup>22</sup> Н.П. Собко Искусство и художественная промышленность. - СПб, 1899-1900. С / ред. Н.П. Собко. № 1-12. 1899. СПб.: Изд. Общества Поощрения Художеств, 1899. С.60

Магазины не всегда пользовались успехом у профессионалов. Однако на рубеже веков появляется необходимость в создании новой выставочной эстетики, которая помимо всего остального сопровождалась коммерческой деятельностью. Первое такое выставочное пространство, галерея Карла Августовича Лемерсье, открылось в 1909 году в Москве. В Санкт-Петербурге развитие художественного рынка во многом обязано Сергею Павловичу Дягилеву, который сумел объединить в одно целое два компонента: коммерческую стратегию и продуманную выставочную композицию. Дягилеву удалось положить начало галерейному делу ввиду правильной стратегии: органичное композиционное решение, правильный подбор художников, особое внимание к составу гостей, а также правильная популяризация избранного художественного направления. В 1902-1903 по адресу большая Морская, 33 был организован салон «Мир искусства», участниками которого были А.Н. Бенуа, Л.С. Бакст и Э.И. Грабарь. В салоне проводились выставки таких художников как: К.А. Сомов, Н.К. Рерих, а также многие экспозиции посвящались Петербургу и русскому искусству в целом.

В 1898 году открывается выставка русских и финляндских художников, на которой было представлено более 295 произведений таких художников, как: А.Н. Бенуа, О.Э. Браз, А.М. Васнецов, М.А. Врубель и др. На выставке впервые были представлены вместе произведения таких признанных мастеров, как Врубель, с молодыми талантливыми художниками из Москвы и Петербурга.

Вообще нужно сказать, что Дягилев, как и некоторые «мирискусники», относились к русскому искусству с особым трепетом и вниманием. Многие полагали, что необходимо заботиться о нем и развивать его, чтобы оно носило не любительский и развлекательный характер, а способствовало развитию культуры: «В нашем искусстве так мало мощных дарований, крупных индивидуальностей, живопись русская так молода, что следует особенно оценить всю важность сделанного, почти на наших глазах,

тремя талантливыми и убежденными русскими художниками. Никогда в русском искусстве национальное самосознание не проявлялось так сильно, как в творчестве названных мастеров»<sup>23</sup> – Сергей Дягилев к выставке Васнецова.

Выставка, проведенная в 1909 году, также сыграла большое значение в становлении арт-рынка страны. В этом году открылась одна из самых масштабных выставок – салон С.К. Маковского. Мероприятие включало в себя более 500 выставочных экспонатов, и занимала несколько залов Кадетского корпуса<sup>24</sup>. Коммерчески выставка себя не оправдала, и впредь Маковский больше не организовывал выставок подобного масштаба. В дальнейшем под его эгидой находился журнал «Аполлон», в рамках которого он проводил персональные выставки художников<sup>25</sup>.

Также значимой выставочной платформой в предреволюционный период был «Салон Издебского»<sup>26</sup>. Её основатель – Владимир Александрович Издебский. Проходила экспозиция в вестибюле Армянской церкви на Невском проспекте<sup>27</sup>.

В целом, ввиду специфики города, масштабные выставки не прижились в Санкт-Петербурге. Большой успех у публики находили камерные обособленные выставки. Скорее всего, фактором такого развития стало большое количество художественных объединений, преобладавших в Санкт-Петербурге в тот период.

### **Художественная жизнь в период революции и после**

После Февральской революции, в связи с обесцениванием и неясной политической ситуацией, художественные произведения Петрограда улетали

---

<sup>23</sup> Мир искусства. 1899 Т.1, № 11С-Пб, Издание: Княгини М. К. Тенишевой и С. И. Мамонтова, 1899. С.66

<sup>24</sup> Лапшин В. Художественный рынок в России конца XIX начала XX века // Вопросы искусствознания. 1996. №1. С. 90.

<sup>25</sup> Выставки и художественные дела//Аполлон.1917.№1.С.43

<sup>26</sup> Лушик С.Одесские «Салоны Издебского» и их создатель.С40.



с аукционов с первым стуком молотка. Скупка предметов искусства являлась своеобразным гарантом безопасности денежных средств. Революционные настроения очень сильно отразились на художественной жизни России. В 1917 году было созвано Особое совещание по делам искусств под председательством М.Горького при участии Н.К. Рериха, А.Н. Бенуа и других деятелей «мира искусства». Целью данного объединения было создание прообраза «Министерства искусств», но по вполне понятным причинам нашлись еще желающие претенденты на главенство в художественной сфере страны, которые создали другое подобное объединение – Союз Деятелей Искусств<sup>28</sup>. Они предлагали переустроить художественную жизнь на демократических началах.

В итоге, деятельность Союза Деятелей Искусств не принесла явных дивидендов: вся ее деятельность свелась к обсуждению взаимоотношений с различными учреждениями. К 1918 году СДИ окончательно ликвидировался, но укоренился в истории как первая попытка подчинения художественной жизни<sup>29</sup>.

Октябрь тысяча девятьсот семнадцатого. Приход к власти большевиков внес огромнейшие изменения в художественную жизнь страны. С одной стороны – лозунг «Все искусство – всему народу»<sup>30</sup>, с другой – монументальная пропаганда во всех сферах искусства: театр, кино, музеи. Все было подвержено реорганизации. В 1918 году правительственные органы переехали в Москву, а Петроград лишился звания столицы. Разрозненность и экономический упадок страны послужили поводом к эмиграции творческой интеллигенции и, в частности, художников. В тот период за границей оказалось множество выдающихся живописцев.

---

<sup>28</sup> Северюхин Д.Я. Старый художественный Петербург: Художественный рынок и самоорганизация художников. – СПб.: Мир, 2008.С.

<sup>29</sup> Там же. С.

<sup>30</sup> Крусанов А.В. Русский авангард 1907-1932 гг. Исторический обзор. Т. II. Кн.1. Футуристическая революция 1917-1921. М., 2003.С.113.

В конце 1918 года был утвержден ИЗО Наркомпрос, в связи с этим художественная жизнь Петрограда снова заметно видоизменилась<sup>31</sup>. Было аннулировано общество Куинджи, капитал ОПХ. Все художественные организации, занимающиеся благотворительностью, также прекратили свое существование.

После введения Новой Экономической Политики положение в общественно-художественной жизни ненадолго улучшилось. Возобновилась деятельность общества поощрения художников, Общины художников и общества им. Куинджи. А выставки в Академии художеств по-прежнему проходили.

Во второй половине 1920-го года началось ужесточение НЭПа, известные художественные объединения были упразднены, художественная жизнь страны находилась под контролем партийных органов. Главной задачей советов был контроль соответствия творчества «социалистическому реализму». Такое развитие событий коренным образом препятствовало любым экспериментам и значительно трансформировало художественный рынок.

Единственным возможным способом осуществления легальной деятельности художника был путь вступления в Союз художников. Тогда художник мог получать государственный заказ, выставлять на продажу свои работы или получить возможность персональной выставки<sup>32</sup>. Но художественная специфика Ленинграда позволяла творить неподвластно союзу. Благодаря основателям города, культура и искусство стали неотделимыми от его атмосферы, которая к тому времени воспитала гигантский слой творческой интеллигенции. Устраивались творческие кружки, квартирники, философские вечера, которые в дальнейшем прочно

---

<sup>31</sup> Северюхин Д.Я. Старый художественный Петербург: Художественный рынок и самоорганизация художников. – СПб.: Мир, 2008. С.470.

<sup>32</sup> Лейкин О.Д. Северюхин Д.Я. Новый художественный Петербург: Справочно-аналитический сборник\О.Д. Лейкин, Д.Я. Северюхин\.- СПб.: изд. Им. Новикова.2004. С.16.

укоренились в художественной жизни города. Таким образом, появилось неофициальное искусство Ленинграда или нонконформизм. Это искусство – контекстное искусство, появление которого обусловлено психологическими процессами, царившими в обществе. Амбивалентность существования стала залогом успеха на долгие годы: необходимо было придерживаться навязанной идеологии и реализовывать свои творческие потребности, которые зачастую не соответствовали канонам идеологии. Искусство почти не финансировалось, а частный спрос на произведения практически отсутствовал. Любое участие в неофициальных выставках осуждалось и наказывалось. Но интерес к неофициальному искусству только возрастал, в 1974 году по официальному разрешению городских властей была проведена выставка во дворце культуры им. И.И. Газа<sup>33</sup>. Было выставлено около двухсот произведений, а посетителей было так много, что очередь выстроилась на несколько десятков метров. В последующие годы подобные мероприятия проходили все чаще, а на художников обрушивалось все больше репрессий. Яркими эпизодами неофициальной художественной жизни Ленинграда стали выставки Арефьевского круга, выставки группы еврейских художников «Алеф», выставка группы «Летопись» во главе с Борисом Кошелуховым<sup>34</sup>.

Во второй половине 80-х годов в Ленинграде уже виднелось зарождение арт-рынка. В этот период появляются первые частные галереи. Также распространение в этот период получили сквоты – ранее пустующие помещения, захваченные творческой интеллигенцией. Один из таких популярных сквотов был организован российским художественным деятелем Тимуром Новиковым<sup>35</sup>. С 1988 года важным событием в художественной жизни считается открытие выставочного центра «Пушкинская-10», которая

---

<sup>33</sup> Лейкин О.Д. Северюхин Д.Я. Новый художественный Петербург: Справочно-аналитический сборник\О.Д. Лейкин, Д.Я. Северюхин\.- СПб.: изд. Им. Новикова.2004.С.49.

<sup>34</sup> Андреева Е.Ю. Угол несоответствия. Школы нонконформизма.Москва – Ленинград. 1946 – 1991. – М.:Искусство – XXI век,2012. С.88.

<sup>35</sup> Суворов Н.Галерейное дело: Введение в арт-бизнес. СПб.: Культинформпресс, 2001.С.23.

стала Меккой неофициальной культуры с множеством различных творческих площадок: музыкальной, концертной, художественной.

Вообще, попытки преодолеть культурный разрыв между Россией и Западом помешали постепенному становлению арт-рынка в России. Творчество в девяностых становится больше похоже на стихийное и хаотичное желание этот разрыв как можно скорее убрать, что в дальнейшем явилось причиной быстрого упадка многих галерей и их закрытия. Тем не менее, некоторые из них существуют до сих пор.

Расцвет первой плеяды частных художественных галерей приходится на это же период. Например, галерея «Анна», которая имеет коммерческий успех до сих пор, располагаясь в гранд-отеле «Европа»<sup>36</sup>. Основными видами деятельности этих галерей стали: работа с частными клиентами, продажа работ, организация выставок на внутреннем и международном рынке. Также в 1991 году возникает «Арт-коллегия» – некоммерческая организация, которая функционировала в качестве координирующего выставочного центра. Арт-коллегия выступала в качестве организатора третьей и четвертой Петербургской Биеннале. Также центр «Борей-Арт» является некоммерческой организацией и объединяет творческую интеллигенцию: философов, музыкантов, художников<sup>37</sup>. Художественные галереи играли огромное значение в жизни Ленинграда. В каждой из галерей регулярно устраивались выставки, например, в галерее «Аполлон» общему вниманию была представлена выставка, где работы современных мастеров выставлялись рядом с произведениями авангардистов XX века, а галерея «Ариадна» выступила в качестве организатора выставки «От неофициального искусства – к перестройке», на которой впервые провели аукцион.

На сегодняшний день город Санкт-Петербург содержит на своей территории около ста галерей, каждая из которых имеет свою

---

<sup>36</sup> Боровский А. Зов галерей // Новый мир искусства. 2000. №5. С.4-5.

<sup>37</sup> Суворов Н. Галерейное дело: Введение в арт-бизнес. СПб., 2001.С.27.

индивидуальную стратегию и занимает определенную нишу в общей системе. Сегодня задачи современных художественных галерей заметно расширились: от коммерческой деятельности во всех ее проявлениях, до поведения конкурсов между молодыми художниками и чтения лекций. Помимо частных галерей, в современной художественной культуре, выставки устраиваются в различных общественных местах, таких как чайные, учебные заведения и библиотеки.

Необходимо добавить, что если раньше творческие художественные объединения занимали важное место в жизни города, то и сегодня без них не обходятся важные выставки или мероприятия. Что касается именно частных художественных галерей, то последствия девяностых годов с их волной быстротечных открытий заметно отразились на современных тенденциях. Во-первых, в силу политических ограничений России сложно адаптироваться под западную модель галерейного дела и перенять ее. Это обусловило закрытие многих галерей. Во-вторых, экономическая нестабильность, плавающий курс и непрофильное образование многих деятелей приводит к многим ошибкам и неудачам в современной художественной деятельности. Тем не менее, несмотря на внутренние противоречия, частные галереи – важный образующий сегмент культурной среды. И коммерческие, обусловленные спецификой времени, и художественные, которые сложились исторически.

## **ГЛАВА 2. ОРГАНИЗАЦИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЧАСТНЫХ ГАЛЕРЕЙ**

### **2.1. Анализ места и функции современных частных художественных галерей**

Духовная культура – неотъемлемая часть жизни современного общества. Она является основой единства нации и включает в себя следующие компоненты: традиции, литература, религия. Кроме того, существуют и иные её формы – такие как система образования и искусство<sup>38</sup>.

На сегодняшний день задачей властей является поддержание массовой культуры населения. От уровня культурного развития индивидов, которые образуют общество, зависит культурный уровень страны в целом, а также позиция государства на мировой арене<sup>39</sup>. Абраам Моль в своей книге «Социодинамика культуры» говорит о том, что благодаря культуре выстраивается процесс мышления, полностью от нее зависящий, тем самым образуя единое целое: «Культура не тождественна мышлению, которое в отличие от нее представляет собой активный процесс, но мышление порождается культурой и питается ею, по-разному комбинируя элементы знаний, хранящиеся в памяти каждого ее представителя»<sup>40</sup>.

Не последнюю роль в этом процессе играет искусство. Обладая визуальными способами влияния, искусство иногда имплицитно попадает во внимание человеку и оставляет след в его сознании. Искусство сильнее, чем другие составляющие культуры воздействует на человека: «Сведениями, которые попадают в поле зрения современного человека и которые он берет себе на вооружение, он чаще овладевает»<sup>41</sup>.

---

<sup>38</sup> Нагорский Н.В. Музей в духовной жизни общества. – СПб, 2004. С.60.

<sup>39</sup> Каган. М.С. Философия культуры. СПб.: Петрополис, 1996. С.234.

<sup>40</sup> А.Моль. Социодинамика культуры. С. 46

<sup>41</sup> Там же. С.48.

Поэтому город, в котором сосредоточено большое количество музеев, выставочных центров, галерей, имеет больше рычагов влияния на массовое сознание и обладает возможностью выстроить более высокий уровень культуры, чем город, который уступает по их количеству<sup>42</sup>.

Если формы музейной деятельности строятся на методах демонстрации историко-культурной информации<sup>43</sup>, то художественные галереи обладают еще и возможностью ее популяризации путем продажи художественных произведений.

Благодаря современным художественным галереям, где выставляется русское искусство, возрастает активность популяризации русского искусства на международном арт-рынке, которое, в свою очередь, формирует имидж страны<sup>44</sup>. В данном ключе частные художественные галереи – средство распространения общезначимого культурного кода, а также инструмент позиционирования города<sup>45</sup>.

Санкт-Петербург – второй по численности город в стране, один из самых многочисленных в Европе. Город, в котором благодаря богатейшему культурно-историческому наследию сохранились самые большие императорские коллекции русского изобразительного искусства. Город, в котором количество творческих вузов является самым большим в стране. Территория с такой уникальной творческой спецификой нуждается в непрерывном поддержании состояния культурных памятников и их совершенствовании. Художественные галереи способствуют росту культурного уровня общества, объединяют носителей национального культурного кода единым знаменателем, а также служат прародителями актуального искусства.

---

<sup>42</sup> Нагорский Н.В. Музей в духовной жизни общества. – СПб, 2004. С.44.

<sup>43</sup> Грицкевич В.П. История музейного дела до конца XVIII века/ В.П. Грицкевич; Санкт-Петербург. гос. ун-т культуры и искусств. – 2-е изд., испр. И доп. – СПб.: СПбГУКИ, 2004. С. 69.

<sup>44</sup> Мелихова Е., Художественная галерея: торговля искусством //- Социологическое Исследование, 2000, №4.

<sup>45</sup> Б.А. Столяров. Музей в пространстве художественной культуры и образования. Учебное пособие. – СПб., 2007. С. 27.

Художественные галереи неотделимы от понятия арт-рынка в целом. Для России на сегодняшний день достаточно остро стоит вопрос о русском современном искусстве, а, следовательно, и о арт-рынке страны <sup>46</sup>. Исторические события, а именно – экономическая и политическая разрозненность, привели полному нивелированию значимости российского арт-рынка, а частные коллекции распроданы за минимальную стоимость и увезены за границу.

В условиях кризиса, распада государства, резкого социального расслоения общества искусство отошло на второй план. Однако сегодня у населения возникает потребность ощущать себя частью целого. Актуальным в этом ключе становится формирование не просто художественных галерей, а галерей, занимающихся развитием и поддержанием современного русского искусства, а также галерей, имеющих возможность экспонировать и популяризировать произведения русского классического искусства.

Художественная галерея тесно связана с понятием «арт-рынок». Путем продажи произведений искусства она оказывает влияние на него. Она предопределяет его формирование, отображает культуру страны, эстетические ценности и трактовки.

Так как галерея объединяет в себе несколько функций и является экономическим предприятием с возможностью покупки и продажи предметов искусства, она имеет возможность прививать интерес к искусству, экспонируемому в рамках галереи на территории других стран<sup>47</sup>.

Таким образом, учитывая вышесказанное, мы можем обозначить основные функции частных художественных галерей в современном культурном пространстве.

---

<sup>46</sup> Арутюнова А. Арт-рынок в XXI веке: пространство художественного эксперимента / А. Арутюнова. – М.: Изд.дом Высшей школы экономики, 2015. С. 64.

<sup>47</sup> Карпов А.В. Художественный рынок: Вопросы теории, истории, методологии. – СПб.: СПбГУП, 2004. С.108.



В рассматриваемом нами контексте частные галереи совмещают в себе сразу несколько функций, как коммерческие, так и культуртрегерские:

1. Репрезентативная функция – демонстрация произведений, представленных в галерее, занимается организацией выставки, различных проектов, представляемых галереей;
2. Коммерческая – галерея, коммерческая институция, которая в первую очередь осуществляет продажи работ художников;
3. Просветительская – одна из самых основных и общественно значимых функций, популяризация и пропаганда русского современного искусства;
4. Коммуникативная – галерея является посредником между художников и потребителем. Коллекционер обращается в галерею для приобретения той и иной работы, в зависимости от предпочтения.
5. Экспертная – оценка эстетики и качества работ, в контексте экономических критериев, а также исходя из уровня художника, благодаря этой функции художественной галереи нивелируется возможность проникновения на рынок некачественных произведений.

В рамках анализа представляется целесообразным подтвердить заявленный в начале работы тезис о том, что, если некоторые задачи частных галерей, такие как демонстрация и экспонирование произведений, схожи с функциями музея, то функция коммерческая отличает частные коммерческие галереи от остальных. Художественные галереи не только формируют арт-рынок, но и является посредником между покупателем и художником, обеспечивая и прославляя художника.

Информация о произведениях, экспонируемых на выставке распространяется следующим образом:

1. С арт-критиками, которые будут обсуждать произведение через средства массовой информации;

2. С художественными салонами;
3. С любителями и коллекционерами;
4. Случайное распространение<sup>48</sup>.

Таким образом, галерея, производя спекулятивные действия, обеспечивая ценообразование на работы художника является своеобразным гарантом известности художника, выполняя как коммерческую, так и коммуникативную функцию.

## **2.2. Выявление механизмов организации и функционирования частных галерей в современном художественном пространстве**

Целью дипломной работы является выявление механизмов организации и функционирования частных художественных галерей в современном художественном пространстве. Данная цель достигается, в том числе, путем активного взаимодействия с представителями частных художественных галерей. Привлекая для интервьюирования управленцев в данной отрасли, мы получаем уникальную информацию для выявления механизмов организации галерей.

Выявление механизмов организации частных художественных галерей позволит нивелировать проблематику, с которыми сталкиваются представители частных галерей.

В рамках работы над дипломным проектом, в соответствии с поставленной целью, при выявлении механизмов организации и функционирования частных художественных галерей, решались следующие задачи:

1. Выбор респондентов для выявления механизмов организации художественных галерей.

Подготовительный этап:

- Составление перечня художественных галерей в Санкт-Петербурге;

---

<sup>48</sup> Моль А. Социодинамика культуры. М., 1973. С 266.

- Выявление наиболее значимых из них в современной культуре города: внутреннее и международное сотрудничество, перечень художников;
- Отбор трех галерей для проведения исследования и выявления механизмов организации и функционирования: MarinaGisichgallery, kGallery, AnnaNovagallery;
- Согласование места и времени проведения интервью с респондентами.

Результат: Сформирован пул наиболее известных галеристов города и назначено интервью для дальнейшего исследования.

2. Разработка вопросов для интервьюирования респондентов с целью выявления организации и функционирования художественных галерей.

Подготовительный этап:

- Разработка блоков вопросов для интервьюирования: сформировать вопросы по блокам, для максимально точного исследования;
- Апробация пилотной версии анкеты;
- Определение мест проведения анкетирования;
- Корректировка вопросов по результатам данных.

Проведение исследования:

- Проведение анкетирования и интервью;
- Обработка полученных данных интервью;
- Анализ данных результата интервьюирования для подготовки технического задания.

Результат: получены достоверные данные от представителей наиболее значимых галерей для включения их в дипломный проект и выявления методов организации и функционирования галерей;

3. Обработка данных, разработка общих выводов:

Подготовительный этап:

- Выявление принципов организации и функционирования художественных галерей;
- Выявление проблематики исследования.

Результат: исследованы механизмы организации и функционирования художественных галерей, полученные от первоисточников.

Для решения поставленных в работе задач применялся комплексный подход к обработке данных, объединяющий в себе теоретический анализ и проведение практических исследований. Работа велась в рамках составленного плана. Её итоги основаны на результатах взаимодействия с галеристами с целью выявления механизмов организации и функционирования художественных галерей в современном культурном пространстве Санкт-Петербурга.

## **2.2. Разработка вопросов для интервьюирования с целью последующего выявления механизмов организации и функционирования художественных галерей в Санкт-Петербурге.**

Разработка вопросов для проведения интервьюирования с галеристами представляет собой комплексное исследование по выявлению механизмов организации и функционирования частных художественных галерей.

Целью подобного исследования является выявление механизмов организации и функционирования в рамках дипломной работы. Информация по организации галереи, полученная непосредственно от галеристов, представляется наиболее объективной и достоверной.

В качестве способа коммуникации со всеми галеристами для выявления механизмов организации и функционирования галерей были разработаны анкетные листы.

Составление блоков вопросов для интервьюирования.

Понимая специфику работы частных галерей, их коммерческую и культурную деятельность, необходимо было разработать корректные блоки вопросов, которые позволяли бы выявить различные механизмы организации и функционирования галерей.

Вопросы разрабатывались исходя из того, что основная цель – выявить механизмы организации и функционирования галереи через активное взаимодействие с представителями частных галерей.

Вопросы для интервьюирования:

Первый блок вопросов: Организация галереи

- Экскурс по галерее
- Устройство галереи (Внутренняя система работы галереи/организационная структура)

Второй блок вопросов: Взаимодействие/ Сотрудничество галереи в культурном пространстве Санкт-Петербурга/ России/ Мира

- Способы коммуникации с зарубежными галереями
- Сотрудничество с Исполнительными Органами Государственной Власти (Сокращенно – ИОГВ)
- Сотрудничество с Общественными организациями
- Сотрудничество с другими галереями
- Сотрудничество/взаимодействие с художниками, ремесленниками
- Критерии отбора художника/артиста

Третий Блок: Организация процесса художественной выставки – средства, методы, этапы, особенности.

- Средства и методы организации выставки в Санкт-Петербурге
- Основные стадии разработки выставки/мероприятия
- Критерии просчета эффективности того или иного мероприятия
- Просчёт экономической эффективности выставки/мероприятия
- Самая успешная выставка галереи, причины успеха.
- Специфика организации выставки в Санкт-Петербурге

Четвёртый блок вопросов: Общие вопросы

- Какие инструменты, на Ваш взгляд, могут поспособствовать развитию индустрии?
- Какие признаки характеризуют именно петербургский рынок частных галерей?

– В современной культуре Санкт-Петербурга не хватает... Закончите фразу.

– Какие мероприятия в сфере культуры и развития искусства наиболее востребованы в Санкт-Петербурге сегодня?

– Как, на ваш взгляд, будет развиваться рынок частных художественных галерей Санкт-Петербурга в течение пяти лет?

Вопросы, представленные для интервьюирования представителей частных галерей можно разделить на следующие блоки:

1. Первый блок вопросов направлен на выявление механизмов организации пространства галереи.
2. Второй блок направлен на выявление принципов работы внутреннего и внешнего сотрудничества галереи.
3. Третий блок освещает процесс создания выставок.
4. Четвертый блок посвящен общим вопросам, касающимся современной культуры и арт-рынка.

### **2.3. Сравнение результатов интервьюирования и обработка данных**

На сегодняшний день в Санкт-Петербурге насчитывается более ста галерей. Их функции, роль и положение в художественной среде города приблизительно схожи, но по праву успешными художественными галереями можно назвать всего несколько из них.

Поскольку галерея является сложным финансовым механизмом, но при этом функционирует в художественной культуре, обладая своей уникальной стратегией, то каждая составляющая галереи, вплоть до организации пространства, должна быть тщательно продумана.

Важным этапом выявления механизмов организации и функционирования частных художественных галерей является сравнение и обработка полученных данных. Так как галереи, которые были выбраны в рамках дипломной работы – Галерея Марины Гисич, kGallery, AnnaNovagallery, имеют разные способы организации, то особо важной

задачей представляется выявление сходств в механизмах их устройства. Каждая из выбранных галерей по-своему является значимой. Следует напомнить, что галерея Марины Гисич и AnnaNovagallery специализируются на современном искусстве, в то время как в коллекции kGallery преобладает искусство второй половины XIX-XX века. В этом ключе представляется актуальным сравнить и проанализировать ответы, полученные в результате интервьюирования с представителями каждой галереи.

### **Как устроена Ваша галерея?**

То, насколько хорошо галерея организована является показателем не только компетенции владельца, но и её места в культурной жизни города. Галерея, как и каждое предприятие, имеет свой штат сотрудников, которые отвечают за процессы, происходящие в ней.

Существуют два сценария организации галереи: когда галерист является директором своей галереи и когда он зависим от спонсоров. Оба случая имеют как свои плюсы, так и минусы. Независимый галерист является куратором. Галерист, который зависит от спонсоров, вынужден подстраиваться под пожелания заказчика.

Галерея Марины Гисич, расположенная на набережной реки Фонтанки 121, является одной из старейших в городе и функционирует с начала двухтысячных. Галерея занимается исключительно современным русским искусством, организовывает выставки, взаимодействует с отелями, проводит лекции, участвует на ярмарках. За время существования ее галереи вместе с ней выросли и ее художники.

Галерея имеет несколько сотрудников, у каждого своя сфера действий. Марина Гисич является одновременно владельцем и директором галереи одновременно, и все процессы, происходящие в галерее, она контролирует сама. По ее мнению, случай, когда директор и владелец разные не приживается в России: - «У нас есть несколько сотрудников, у каждого своя сфера действий. Любая галерея должна иметь централизованное

руководство. Хорошо, когда её владелец одновременно работает её директором. Иногда так случается, например, на развитом западном рынке, что владельцы одни, а менеджмент нанимает других людей, которые развивают галерею. Раньше в России было так принято: сперва возникает владелец, а дальше галерея действует без его прямого участия. Это плохой путь, поскольку в нашей стране очень важна персональность. Руководство галереей – не «красивый бизнес для симпатичных девушек». Ты должна полностью находиться в процессе, которым владеешь, отвечать за него своей репутацией, возможностями. Это сложный процесс: работаешь и учишься одновременно»<sup>49</sup>.

Обязанности, разделены между сотрудниками следующим образом: одни курируют внутренний рынок, другие отвечают за внешний. Сотрудников всего четыре. Первый занимается персональной работой с коллекционерами, фондами, музеями. Второй работает с западными коллекционерами и фондами, продумывает стратегии по ярмаркам. Что касается ярмарок, то это отдельный пласт работы, человек, занимающийся ярмарками, играет огромную роль в галерее. Третий работник занимается внутренней стратегией развития галереи: - «сотрудник, который ответственный за внутреннюю стратегию, так называемым back-office. Тоже огромный срез работы, в котором мы отработываем внутреннюю стратегию галереи. Это выставки, а их примерно 5-6 в год, это какие-то проекты декоративного плана, когда мы работаем, собираем коллекцию для фонда или коллекционера, делаем какие-то параллельные программы с отелями – мастер-классы, или, допустим, какие-нибудь приемы для больших компаний с целью ознакомить их с искусством, но за это взять с них деньги и финансировать эти деньги в каталоги. Сейчас я развиваю отдельное it-направление, которым занимается четвёртый сотрудник. Это, конечно, громко звучит, но без правильного сетевого обслуживания, без агрессивного

---

<sup>49</sup> Приложение 1. С.66.



вгрызания в сеть, хотя искусство очень штучный товар, лимитированный, невозможно продвигаться продуктивно»<sup>50</sup>.

Организации галереи не заканчивается в ее стенах. Этот процесс продолжается далеко за ее пределами. Коммуникация с клиентами, действия в инстаграмном обслуживании, также существуют программы, которые отслеживают письма, отправленные клиентам. От того, насколько минимизированы неправильные движения во всех этих мелочах зависит как слажено и долгосрочно будет функционировать галерея.

В ходе интервью с Кристиной Березовской – представителем галереи kGallery были выявлены, в рамках интервьюирования, иные принципы, как организации пространства, так и функционирования галереи за ее пределами. KGallery – галерея, которая располагается на набережной реки Фонтанки 24. Изначально у галереи были другие задачи – это была антикварная галерей, которой руководил Березовский В.П. Поэтому и процесс организации выстроен немного иначе.

По словам представителя kGallery, никакой логики в том, как организовано пространство галереи на сегодняшний день нет. Галерея должна, прежде всего, соответствовать духу времени, поэтому приходится внешний и внутренний вид подстраивать под тенденции, диктуемые эпохой. «И изначально это все-таки антикварная галерея, которая представляет и мебель, и живопись в совершенно другом жанре. Цвет стен, пола, организация самого выставочного пространства – вторично. Первоначальная задача – это галерея как бизнес. Затем мы перепрофилировались, история с антикварным бизнесом ушла на второй план, но не исчезла. И мы поняли, что, в общем, быть кураторами в Петербурге и выступать, в первую очередь, как выставочное пространство, нам интереснее. Тут уже цель оправдывает

---

<sup>50</sup> Там же. С. 67.

средство, и мы начали постепенно подстраиваться под понятие «выставочное пространство»<sup>51</sup>.

Во время перепрофилирования был подстроен цвет, свет под необходимый формат. В галерее каждый год открывался зал за залом. «Сначала у нас функционировали и всегда работали первые два зала, и постепенно мы как кураторы и коллекционеры расширяемся и по ходу мы прибавляем один за другим. У нас в этом смысле индивидуальная история, потому что, конечно, в полноценном среднестатистическом понимании экспозиционным пространством мы не являемся. Квартирой я, конечно, не люблю, когда нас называют, но на самом деле это цепь квартир, которые подстраиваются под задачи галереи»<sup>52</sup>- рассказывает Кристина.

На первый взгляд пространство галереи кажется достаточно небольшим, но затем, проходя вдаль, попадаешь в цепь по порядку увеличивающихся помещений. Действительно: угадывается бывшая квартира, превратившаяся в галерею. Возникает ощущение домашней обстановки. На цокольном этаже, куда закрыт вход для посетителей, находится мастерская, где хранятся коллекции семьи. Н втором этаже – небольшое стеклянное помещение для сотрудников галереи. Под сотрудниками я подразумеваю Кристину и двух её помощников. Они встречают гостей, помогают в организации выставки, рассылают письма и связываются с нужными людьми. «Как распределены обязанности в Вашей галерее?» - спрашиваю я. «Я пишу пресс-релиз, мои сотрудники его рассылают. Или наоборот... Все занимаются всем. Это вообще история про галереи, иначе не получается. Я хотела бы сама пройти практику в крупных галереях, таких как RACEgallery. Я имею в виду те галереи, у которых есть свои штаб-квартиры по всему миру. В таких камерных, частных галереях, как мы, у всех проходит все примерно одинаково. Все занимаются всем» - отвечает девушка.

---

<sup>51</sup> Приложение 2.С.75.

<sup>52</sup> Там же. С.77.

Поэтому коммуникацией, интаграмным обслуживанием, организацией выставки всем занимается Кристина лично, а сотрудники лишь помогают ей. kGallery не работает с молодыми художниками и не участвует в ярмарках, возможно поэтому, галерея справляется с организацией со своими обязанностями.

В галерее Анны Бариновой (AnnaNovagallery) организационные моменты отличаются от всех предыдущих. В рамках интервьюирования с Мариной Виноградовой – правой руки Анны и арт-директором галереи, мы также обсудили формат и функционирование галереи как в ее пределах, так и вне.

Галерея AnnaNova основана в 2005 году и располагается на улице Жуковского 28. Галерея располагается на двух этажах. Как и галерея Марины Гисич, AnnaNova занимается современным искусством.

Заходя в галерею, попадаешь помещение, выкрашенное в белый цвет. У входа располагается рабочее место сотрудницы, где можно приобрести мелкие сувениры, книги. На втором этаже располагается кабинет арт-директора и других сотрудников. Пространство галереи сформировано по принципу «Whitecube»: стены и пол выкрашены в белый цвет. «В нашей галерее изначально был совершенно другой дизайн, пол, например, был черный. В формат, в котором существует галерея на сегодняшний день, Анна переделала после того, как мы стали выставляться на ярмарках, после 2007, а соответственно и перенимали опыт других галерей. Можно сказать, что это адаптация под сегодняшнее искусство, белый цвет не отвлекает от основного – выставки, а наоборот подчеркивает каждую работу». Можно добавить, что галерея сделана таким образом, что в нее попадает большое количество естественного света, так как дверь и прилегающая к ней стена сделаны из стекла, что значительно во делает выставочное помещение привлекательным.

Что касается обязанностей сотрудников, то Марина Виноградова является менеджментом галереи и пласт ее обязанностей довольно многогранен: она связывается с покупателями, ищет художников,

организовывает выставки. «Анна очень часто в разъездах и помимо галереи у нее есть также ряд других проектов, сейчас, например, она занимается ювелирными украшениями, также они с мужем поддерживают камнерезных мастеров»<sup>53</sup>. В обязанности Марины также входит продажа работ художников, она связывается с постоянными клиентами галереи, выполняет заказы, в случае если нужно подобрать кому-то картину в дом или офис. Помимо выставочной деятельности и продажи произведений, в галерее постоянно проводятся различные лекции, кинопоказы и встречи.

### **Расскажите про опыт международного сотрудничества**

Участие в ярмарках – обязательное условие для успешного ценообразования на работы художников. Если галерея желает, чтоб произведения ее художников покупались, были в коллекциях за рубежом, и в общем имели ценность, как произведение искусства, то это скорее необходимость, чем прихоть. Для того, чтобы участвовать в ярмарке необходимо подать документы, пройти отбор, приобрести пакет участника, который достигает сотни тысяч долларов на ярмарках международного формата, только потом ты имеешь право выставиться там. Этапы подачи заявки на ярмарки все одинаковы, но у каждой галереи, претендующий на участие, своя стратегия.

Существуют ярмарки разного уровня. Например, ярмарками верхнего эшелона считаются FIAC, Frieze, ArtBasel, ARCOMadrid, куда существует строгий отбор. В России существует единственная ярмарка, это Cosmoscw, которая существует с 2014, до этого была Арт-Москва. На сегодняшний день в мире существует огромное количество ярмарок, но на ярмарки верхнего эшелона попасть сложнее всего. Преимущество таких ярмарок заключается в том, что они позволяют увеличить продажи и даже создают конкуренцию аукционным домам. Также художественные ярмарки являются

---

<sup>53</sup> Приложение 3.С.83.

коммуникационной площадкой между художником и коллекционером. И, конечно же, ярмарки – способ популяризации искусства определенной страны, которая выставляется на ярмарке. Вообще, представителей российский галерей на ярмарках всегда мало. В основном, постоянным участником ярмарок первого эшелона была московская галерея «Риджина», по причине того, что русских художников не поддерживают русские коллекционеры. Владимир Овчаренко, владелец галереи «Риджина», однажды высказался в интервью таким образом: «Мало поддержки художникам не из-за рубежа, а из-за своей собственной страны. Нет музеев, которые формируют большие коллекции, нет крупных инициатив, направленных на это»<sup>54</sup>.

Галерея Марины Гисич является постоянным участником международных ярмарок, таких как Stambul Contemporary, Artpari, VoltaNew-York, ArtMiami. На постоянной основе галерея начала функционировать лишь после восьми лет работы. Галерея делает по три-четыре ярмарки в год, что является хорошим показателем как коммерческой работы галереи, так и художественной: «Чем больше тебя одобряют, тем выше твои шансы пройти в следующую ярмарку. Это такая цепочка, главное в нее войти и не прогореть... ARCOMadrid – ярмарка первого эшелона, затраты на которую действительно стоят того. На остальные попасть нереально, это смертельно дорого и конкуренция – 30-40 галерей на место. То есть 250 тысяч нужно отдать в год. Это пока никакого отношения не имеет к рынку, потому что у нас нет искусства, которое стоит столько»<sup>55</sup> – говорит Марина Гисич. Так как галерея занимается русским искусством, участие в ярмарках такого уровня, безусловно, способствует популяризации русского искусства, но так как арт-рынок в России ввиду исторических предпосылок начал развиваться

---

<sup>54</sup> Алена Лапина. Татьяна Маркина. «Ярмарка Cosmoscw взяла космический старт». URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/2066/> (дата обращения 23.05.17)

<sup>55</sup> Приложение 1. С.69.

относительно недавно, то интерес к русскому искусству на ярмарках такого уровня на сегодняшний день зависит от множества факторов: «Существует больше любопытство, чем желание коллекционировать русское искусство, а именно – contemporaryart. Мы находимся в совершенно зародышевом состоянии, но это очень интересно, потому что ты как открыватель луны – делаешь все впервые и от того, как ты это делаешь, насколько твой сайт хорош, насколько твоя команда умеет говорить, насколько ты можешь выдержать удар, когда перед тобой стоит Абрамович или Элтон Джон, насколько ты можешь говорить об искусстве, насколько твое искусство котируется по отношению к другому искусству в Европе, насколько ты смог правильно подобрать сет художников для каждой ярмарки, так как у каждой ярмарки свое лицо, зависит репутация страны в целом»<sup>56</sup>.

Действия, которые являются ригористичными, немаловажны в репутации галереи, которая, в свою очередь, позволяет или не позволяет оказаться в числе участников ярмарки первого эшелона. Галерея – часть арт-рынка. Следовательно, она является коммерческой структурой, поэтому здесь необходимо учитывать, что оттого, насколько востребовано искусство, представленное в галерее у покупателей, зависит ее участие в ярмарках такого уровня. Помимо этого, немаловажным фактором успеха в ярмарочной деятельности являются и внешние обстоятельства, такие как, например, кризис.

Рассматривая другие галереи, выбранные для исследования, стоит отметить, что у каждой галереи своя специфика и стратегия. Ярмарка – огромные финансовые вложения, которые не всегда отбиваются. Kgallery, например, давно уже не принимает участие в различных ярмарках. Поскольку галерея изначально была антикварной, то с самого начала приходилось участвовать в таких мероприятиях, но теперь, когда галерея

---

<sup>56</sup> Приложение 1.С.69.

имеет свой круг коллекционеров, периодически участвует в аукционах и антикварных салонах, это становится нерентабельно и неактуально.

Поскольку галерея AnnaNovagallery, как и галерея Марины Гисич, занимается современным искусством, но в арсенале Марины Гисич исключительно русское современное искусство, то галерея AnnaNova сотрудничает и работает не только с российскими, но и зарубежными художниками. Поэтому ярмарки также являются неотъемлемой частью успешной деятельности галереи, а, следовательно, и ценообразования.

«Стараемся чаще выезжать на ярмарки, но ярмарки и фестивали первого эшелона, такие как FIAC, artBasel. BRAFA очень дорого обходятся и зачастую нерентабельны для нас»<sup>57</sup>: - говорит арт-директор галереи, Марина Виноградова. «Вообще, Анна по образованию экономист, и все растраты в галереи продуманы до мелочей. Если мы организовываем выставку, то уже заведомо знаем, что она окупится. Поэтому ярмарки – это огромная статья расходов, которые обязательно просчитаны»<sup>58</sup>.

Существует также и российская ярмарка Cosmoscw, в которой обязана участвовать галерея. На сегодняшний день для многих галерей она является единственной подходящей платформой для коммуникации между галеристами и коллекционерами, так как ярмарка является международной и по финансовым критериям рентабельна.

Также галерея AnnaNova периодически принимает участие в таких ярмарках, как Vienna Art Fair, Art London, ARCO Madrid, Contemporary Istanbul Art Fair.

### **Сотрудничество с ИОГВ**

Данный вопрос призван продемонстрировать механизмы взаимодействия респондентов с исполнительными органами власти. Данному вопросу уделялось особое внимание, поскольку лучшие мировые практики

---

<sup>57</sup> Приложение 1.С.70.

<sup>58</sup> Там же. С.70.

демонстрируют консолидацию частного сектора искусства и Правительства города, что гарантирует эффект синергии и дает поддержку на государственном уровне.

В ходе интервьюирования выяснилось, что для развития современного искусства в России и художественных галерей, в частности, необходима поддержка органов власти. Арт-рынок – часть экономики и культуры страны, который в России практически отсутствует. США и Китай, например, обладают более 50% мирового искусства на сегодняшний день. А развитие современного искусства поддерживается Правительством и фондами. В Китае ежегодно проводятся выставки и ярмарки современного искусства, такие как: BeijingArtExpo, ArtBeijing, ShanghaiArtandFrameExpo.

Выше перечислена только небольшая часть тех мероприятий, которые направлены на поддержку и развитие китайского арт-рынка, а, следовательно, и частных художественных галерей. Каждое событие активно демонстрирует участие Министерства культуры Китая, взаимодействие делает их масштабными, что влияет на спрос импортных предложений и арт-рынка в целом.

По мнению Марины Гисич, обладая поддержкой Правительства, культурное наследие необходимо не только поддерживать, но и развивать, создавая новые векторы развития, такие как современное искусство. Популяризация русской культуры и русского современного искусства включительно нуждается в поддержке и на законодательном уровне. «Не хватает единого локомотивного движения государства и частных галерей. Если мы были бы в одной команде, в одной лодке и понимали бы, что культуру можно использовать как локомотив объединения молодежи, показать, что культура – это здорово. Может быть какой-то мотивации законом не достаёт, которая позволяет делегировать в поддержку искусства. То есть должна быть такая общая история распространения культуры. В одиночку этого не сделать, такое чувство, что культура сегодняшняя неинтересна. Когда это твоя собственность, ты знаешь, что портить ее не



надо, а когда это общее – культура – такое ощущение, что она ничья. И вот этого марьяжа с глобальным менеджментом мне этого не хватает. Я понимаю, что я могу действовать на уровне своей галереи, своей прослойки, а в более масштабном формате это не нужно, потому что это ничье», – сокрушается Марина Гисич<sup>59</sup>.

Директор kGallery Кристина Березовская рассказала о сотрудничестве с комитетами по культуре и образованию. В рамках проведения выставки комитеты являются хорошим помощником в распространении информации. «Это нормальная практика – давать информацию в различные комитеты. Комитет по культуре – наши основные партнеры в выставках и в различных мероприятиях. Комитет по образованию тоже помогает нам. Но это скорее работы уже пиар-служб и знакомств. Либо они поддерживают нас информационно, и мы просто пишем, что выставка проходит при информационной поддержке. Бывает так, что они и финансово поддерживают. Комитет по культуре тогда просто выступает как партнер», – рассказывает Кристина<sup>60</sup>. Сотрудничество данной галереи с комитетами возникает по причине большого количества знакомств у основателя галереи – Владимира Петровича Березовского. Тем временем, галерея AnnaNova пыталась наладить взаимоотношения с комитетом по культуре, но безуспешно. Марина Виноградова призналась, что они хотели установить связи с комитетом, но им не пошли навстречу: «Мы очень бы хотели сотрудничать с ИОГВ, обращались за поддержкой в комитет по культуре, ведь ежегодно мы проводим конкурс для молодых художников, а для поддержки молодежи не выделяется никаких средств. Приходится все своими силами. Председатель комитета, как только узнавал, кто владелец галереи, сразу же нам отказывал, аргументируя это тем, что мы можем

---

<sup>59</sup> Приложение 1.С. 75.

<sup>60</sup> Приложение 2.С. 78.

спонсировать художников и своими средствами. Но в глобальном масштабе нас это делает нерентабельным»<sup>61</sup>.

### **Сотрудничество с другими галереями/музеями.**

Сотрудничество с галереями и музеями позволяет расширить коллекции, а также помогает приобрести друг другу новых художников. Галерея Марины Гисич специализируется на русском современном искусстве. Так же, как и AnnaNova. Помимо этих двух галерей, в чьи задачи входит отбор новых молодых художников, подобные галереи существуют в художественно-культурном пространстве Москвы, что повышает конкуренцию среди галерей. Тем не менее, как выяснилось в рамках интервьюирования, у каждой галереи свой оговоренный список художников, который не пересекается между галереями. «Мы дружим, но мы не метим как кобель свою территорию. Мы стараемся корректно подходить к границам друг друга. У нас есть свои художники, наша задача, конечно, и у AnnaNova, и у меня, и у «Риджины», и у Попова – максимально быстро осматривать, что происходит, следить чтобы их не переманили. Смотреть, как мы можем их защитить, как мы можем их выкупать. Да, у нас, безусловно, есть границы, которые мы охраняем, но при этом мы дружим, – рассказывает Марина Гисич. Марина Виноградова на этот вопрос ответил следующим образом: «Мы сотрудничаем и с NameGallery, и с MarinaGisichgallery, и при этом наши художники никак не пересекаются. Более того, когда клиенты просят предоставить работы художника, которого нет у меня, но я точно знаю, что он есть в галерее у Марины, я звоню ей и говорю, что есть клиент. Или я направляю его сразу к ней в галерею. Это нормально»<sup>62</sup>.

В коллекции фондов Kgallery содержатся произведения XIX-XX веков, поэтому сотрудничество с галереями современного искусства для этой

---

<sup>61</sup> Приложение 3.С. 84.

<sup>62</sup> Приложение 3.С. 84.

галереи представляется неактуальным. Кристина Березовская в недавнем времени установила контакт с Русским музеем. Kgallery помимо Государственного Русского музея также сотрудничает и с Санкт-Петербургским государственным музеем театрального и музыкального искусства. Например, на выставке произведений Константина Сомова, проходившей с 24 марта по 14 мая 2017 года, экспонировалась живопись и графика из фондов Русского музея. В планах галереи – для расширения выставочных проектов, начать сотрудничать с Государственным Эрмитажем: «Да. Это то, чем мы гордимся сейчас. Мы никогда не сотрудничали с Эрмитажем, это очень сложная история, но я к этому очень стремлюсь. У меня много проектов и идей. Я нахожусь в процессе обсуждения с ними. Но Русский музей и Театральный музей – все музеи, в чьих фондах находятся работы, которые не противоречат нашей выставочной программе, – мы практически со всеми с ними сотрудничали»<sup>63</sup>.

### **Взаимоотношения с художниками.**

Галерист начинает работать вместе с художником задолго до того, как они подписывают контракт. Как правило, художники – хорошо знакомые люди круга директора галереи. Очень редко, когда ими становятся малознакомые новички. Это скорее очень редкое исключение, чем правило. У каждой галереи своя стратегия отбора новых лиц. Участвуя на различных мероприятиях, посещая выставки, дискуссии, галерист знает про все актуальные тенденции в мире современного искусства и, в этом ключе, проецируя их на новых, молодых художников, набирает себе команду. Когда галерист выбрал художника, начинается работа с ним, которая заключается не только в организации его выставки, также выстраивается контакт галериста с художником. Здесь необходимо учитывать психологические особенности всех мастеров, и к каждому проявить свой подход. Помимо

---

<sup>63</sup> Приложение 2. С. 78.

этого, галеристу необходимо постоянно экспонировать работы художника на выставках и ярмарках, что весьма затратно для галереи. Поэтому, если с художником и заключается договор, то он является гарантом долгосрочных отношений между художником и галеристом. В договоре обычно указываются все нюансы отношений с художником и директором галереи. Договор, также может и ограничивать деятельность художника, но в пределах разумного. Там прописывается форма ответственности за порчу имущества. В рамках исследования выявились механизмы отбора художника. Марина Гисич руководствуется следующими принципами отбора: «Это очень сложный вопрос, такой же, как и «какая литература тебе нравится». Знаете, это на кончике носа. Когда ты открываешь галерею – у тебя один выбор. Когда ты отработал двадцать лет, потратил два миллиона денег, у тебя уже другой вкус. Это происходит не по принципу «мне понравилось, и все», нет. Я вообще, например, не работаю с молодым искусством, я работаю с художниками, которым 30-33 года, но они что-то из себя представляют. Либо участвовали на ярмарках, либо в конкурсах победили. Я смотрю на молодняк, но он уже такой... проросший»<sup>64</sup>. В команду к Марине Гисич может попасть уже состоявшийся художник, молодых и неизвестных представительница галереи не рассматривает, так как это экономически не выгодно галерее. Работы молодых художников в контексте сегодняшнего состояния арт-рынка не имеют спроса, а, следовательно, не приносят выгоды.

Помимо требований по возрасту и профессиональной деятельности художника, существуют также и требования иного характера. Директор галереи, чтобы взять художника в команду, присматривается и к чертам характера художника: «Я смотрю, насколько художник – не временный человек в этой работе, насколько он жертвенен и насколько он служит искусству. Насколько он неалчный, насколько он не из-за денег, хотя в искусстве из-за денег быть невозможно, насколько он смел, насколько он

---

<sup>64</sup>Приложение 1.С. 70.

чувствует contemporary. Мне очень интересно это видеть, но при этом он должен чувствовать русский культурный код, он должен быть из этой территории»<sup>65</sup>. Последнее особенно важно для Марины, так как она работает исключительно с русским искусством.

Если механизмы взаимодействия с художником вполне понятны, то открытым остается вопрос поиска талантливых кадров. В поисках ценных кадров Марина Гисич, например, обычно посещает такие конкурсы, как премия Кандинского или «Инновация», или «Молодое искусство» в «Гараже». Также среди основных способов поиска она выделила поиск художников через коллег и других художников.

Арт-директор галереи AnnaNova рассказала, что помимо посещения различных конкурсов и биеннале, она еще и раз в два года устраивает конкурс среди молодых художников, в жюри которого состоят Дмитрий Озерков, Кэтрин Бэккер, Сергей Братков, Олеся Туркина. А выигрыш, который художник потратит на реализацию проекта, составляет 100 000 тысяч рублей.

Но при этом оба респондента ответили, что на сегодняшний день им не хватает хороших художников в связи с тем, что арт-рынок в России находится в состоянии упадка, а Правительство не создает условий для его становления и развития. «Художники сейчас нищенствуют, рынка нет, кушать им нечего. Им нужно понять, зачем им искусство, как они будут жить. Нет фондов поддержки молодого искусства, нет премий, грантов, которые должны быть при академии художеств. По-хорошему должны быть крупные финансовые институты, которые отбирают 10-15 стипендиантов и дают возможность, допустим, в первые три года оплачивать мастерские. Десять тысяч рублей в месяц, какие-то минимальные деньги для того, чтоб художник мог встать на ноги и творчески ни от кого не зависеть. Это мелочь, но она дала бы очень хороший прирост молодника, который потом я могла

---

<sup>65</sup>Приложение 1. С. 68.

бы забрать к себе. А так – он выходит «зеленый», денег нет, ничего не может сказать, проект не сделать... Мне ничего не понятно. Кто-то должен захотеть этот процесс наладить. А если не знают, как, то могут спросить у нас. Просто никому это глобально неинтересно»<sup>66</sup>.

Марина Виноградова также придерживается мнения, что на сегодняшний день, чтобы обеспечить развитие арт-рынка, необходимо поддерживать молодых художников: «Хороших новых и молодых художников не хватает для развития арт-рынка. В последнее время ходишь по выставкам, едешь на ярмарки, а там все одно и то же. Нет новых лиц, есть несколько успешных художников, которые всем уже приелись и на этом все. Необходимы новые таланты», - поделилась Марина Виноградова<sup>67</sup>.

Что касается kGallery, то, поскольку специализация у галереи другая, Кристина не занимается современным искусством, аргументируя это тем, что на данном этапе в нем не разбирается и не понимает, как на современное русское искусство на сегодняшний день может приносить финансовую выгоду.

### **Чего не хватает в современной культуре Санкт-Петербурга?**

В рамках исследования в качестве завершения анкетирования респонденты ответили на вопрос о том, чего, по их мнению, не хватает в современной культуре города. Каждый представитель галереи ответил на этот вопрос, исходя из типа своей галереи. Например, Марина Гисич, поскольку занимается исключительно развитием русского современного искусства, выделила две вещи, которые необходимы для дальнейшего прогрессирования современного искусства. Первое, что отметила представительница галереи, это консолидация частных художественных галерей и органов власти. Такое взаимодействие, по мнению Марины Гисич, позволило бы не только развить современное искусство и достойно

---

<sup>66</sup> Приложение 1.С. 73.

<sup>67</sup> Приложение 2.С. 85.

конкурировать с галереями Европы и Америки, но и способствовало популяризации русской культуры, что является одной из наиболее важных задач на сегодняшний день. «Не хватает какой-то мотивации законом, которая позволяет делегировать средства в поддержку искусства. Должна быть такая общая история распространения культуры», – объясняет Марина»<sup>68</sup>. Второе, что, по мнению директора галереи, поспособствовало бы развитию культуры, это раскрепощенность покупательского выбора. Люди неохотно приобретают современное искусство, либо покупают то, что пользуется спросом у всех. Такая политика выбора приводит к тому, что какой-то один определенный художник, пишущий в наиболее понятном направлении, становится популярным среди определенного круга людей. Это обусловлено несколькими факторами: образованием и страхом потратить средства на произведение, которое по каким-то причинам может не вырасти в цене. «Они не боятся делать что-то уже с дизайном и одеждой, одеваясь в шаблонные марки и садясь в статусные, но удобные автомобили, я сама это делаю. Но, тем не менее, так мы показываем себе, что это наш «статус». В искусстве другая ситуация – это очень персональная вещь. Если ты шаблонно покупаешь искусство, то это ад. Можно купить «эрмесовскую» сумку, можно сесть в классный ренджровер – здорово. Можно купить блузку «марни» – тоже здорово. Это шаблон, и он хороший. Но когда ты покупаешь искусство, которое покупают все, современное... Я вот люблю очень Шорина Диму, но он у всех. Для меня это ад, потому что тем самым человек показал, что его внутренний мир шаблонный. Если можно прикрыться за вещь, то в искусстве должна работать другая история. Вопрос персонального ощущения мира – это как собственную поэзию писать. Люди вроде и шаблоны брать не хотят, тогда лучше вообще без искусства... А выбор сделать боятся. Вот если мы со временем сможем выражать свою точку зрения, не оборачиваясь назад, пускай и ошибаясь, то потом мы уже научимся отбирать свое. Вот если бы

---

<sup>68</sup> Приложение 1.С. 74.

вместе с городом или страной шли бы мы вместе, то для культуры это было бы хорошо», – поделилась Марин Гисич<sup>69</sup>.

Kgallery – галерея специализирующаяся на искусстве XIX-XX века, оттого и на развитие современных художников не акцентирует внимания. Поэтому, исходя из специфики своей галереи, Кристина считает, что сегодня для развития культуры не хватает хорошего образования одного из важных сегментов ее галереи – коллекционеров. Ввиду ряда исторических и политических причин, когда России пришлось преодолеть разрозненность и хаос, в недалекие 90-е, коллекционерами становились люди, не относящиеся к искусству как к культурному наследию. Плеяда таких коммерсантов хоть и сменяется, но многие механизмы покупки работ остались прежние. Поэтому Кристина, в первую очередь, говорит о том, что для того, чтобы систематизировать и активировать арт-рынок страны, необходим образованный покупатель: «Как это ни странно, но основную роль могло бы сыграть хорошее образование будущих коллекционеров. Ввиду отсутствия определенного уровня у покупателя и отсутствия знаний, это скорее история искусства, а не арт-менеджмента. «Быстрые деньги», которыми сейчас обладают новые коллекционеры. Только единицы из них готовы посвятить себя искусству, а остальным это не нужно, не понятно. Я еще раз вернусь: то, с чего начинается любой серьезнейший музей в любой стране – сильнейшие факультеты по истории искусств. Они формируют вкус и дают возможность хотеть, как минимум, на стенку своей гостиной не постер, а художественный объект. Рынок формирует покупатель, покупателя нет, его нужно образовывать и создавать. Я возвращаюсь к образованию»<sup>70</sup>.

Галерея AnnaNova как галерея, взаимодействующая с молодыми художниками, считает, что современной культуре не хватает художников и покупателей. Для развития современного искусства, в том числе, для выявления новых молодых художников, не хватает взаимодействия с

---

<sup>69</sup> Приложение 1.С. 75.

<sup>70</sup> Приложение 2.С.72.



другими институциями. Художники не поддерживаются, уезжают, следовательно, современное искусство не развивается. А также не хватает покупателя с хорошим вкусом, это касается обеспеченных людей, у которых есть финансовые возможности для покупки картины, но нет желания, они предпочитают академичных художников, а люди, которые разбираются в этом, предпочитают покупку работ зарубежного художника работам молодого русского: «У нас русские люди с финансовыми возможностями развить арт-рынок не покупают русское искусство. Так кто будет делать рынок, если не русские люди? Вот китайцы, они ведь так и сделали себе рынок, что на аукционах и ярмарках покупали работы своих художников. Нужно объединяться, чтобы достичь прогресса здесь», – говорит Марина Виноградова <sup>71</sup>.

#### **2.4 Выводы по результатам полученных данных**

Исследование продемонстрировало, что каждая художественная галерея, в зависимости от ее типа, имеет свои механизмы организации и функционирования. На основании интервью и последующего анализа полученных данных, представляется целесообразным сделать следующие умозаключения:

1. Для организации галереи необходимо выявить способ управления галереей. Как в галерее Марины Гисич, где она является и владельцем галереи, и ее директором. Или как в галерее AnnaNova, где арт-директор галереи – Марина Виноградова, а Анна Баринова – ее владелец. В галерее kGallery Кристина Березовская также является ее владельцем и директором. Для наибольшего интегрирования в арт-рынок галерее необходимо разграничить обязанности сотрудников. Это позволяет досконально изучить одну из функций галереи и развивать ее. Такой способ функционирования характерен для галереи Марины Гисич.

---

<sup>71</sup> Приложение 3.С. 86.

2. По результатам интервьюирования выяснилось, что ярмарки являются способом международного сотрудничества. Они необходимы для дальнейшей успешной деятельности галереи. Участие в ярмарках способствует развитию арт-рынка страны, который является частью художественно-культурного пространства. Участие в ярмарках требует крупных финансовых вложений, которые в сегодняшних реалиях российского арт-рынка являются нерентабельными. Ярмарка Cosmoscw – единственный доступный в России способ коммуникации между галереями, специализирующимися на современном русском искусстве (AnnaNova, MarinaGisich). kGallery специализируется на другом сегменте русского искусства, и участие в ярмарках для этого сегмента не является обязательным. Таким образом, для развития частных художественных галерей и современного искусства в целом необходимы профильные конгрессно-выставочные мероприятия, особенно арт-ярмарки. Они являются неотъемлемой частью гармоничного и прогрессивного развития отрасли.

3. Исследование показало, что частным галереям не хватает поддержки ИОГВ. Комитеты информационно поддерживают галерею Марины Гисич, один раз поддерживали AnnaNovagallery. С галерей Кристины Березовской (kGallery) ввиду особенностей личных отношений ведет постоянное сотрудничество комитет по культуре. Все респонденты подтвердили, что консолидация молодых специалистов в области искусства и Правительства поспособствовала бы развитию культуры и современного искусства, в частности. Государство должно выработать стратегию партнерства искусства с глобальным менеджментом. Только тогда арт-рынок страны начнет развиваться, что приведет к изменениям в сфере культуры.

4. Проведено сравнение ответов галеристов, которое показало, что галереи взаимодействуют между собой не только в рамках Санкт-Петербурга, но также поддерживают контакты с Москвой. Такое сотрудничество помогает привлечь московских коллекционеров, что, в свою очередь, обеспечивает прирост капитала.

5. По результатам интервьюирования сформулированы и рассмотрены основные принципы взаимодействия с художниками. Способ поиска, отбора, дальнейшей коммуникации каждая галерея осуществляет по-своему. При этом на сегодняшний день существует явная нехватка молодых художников в галерейном деле. Профессиональное сообщество города Санкт-Петербурга раздроблено и находится в хаотичном состоянии. Молодые художники зачастую переквалифицируются или уезжают за границу из-за отсутствия финансовой поддержки.

В этом ключе налицо необходимость создания коммуникационной площадки для общения молодых художников – вчерашних выпускников и экспертного сообщества, для формирования и выявления молодых перспективных авторов, которые могут поспособствовать развитию современного искусства в России. С целью формирования на российском арт-рынке новых имен необходимо создать такие условия, в рамках которых они могли быть востребованы.

6. При сравнении ответов респондентов на вопрос о том, чего, по их мнению, не хватает в современной культуре, каждая представительница галереи ответила, исходя из специфики галереи. Если галерея специализируется на современном искусстве, то, безусловно, не хватает хороших художников, единого локомотива с властью и образованного покупателя, который готов поддерживать и приобретать русское искусство. Для галереи, которая занимается русским искусством XIX-XX века, важной составляющей современной культуры является коллекционер, который формирует арт-рынок.

### **ГЛАВА 3. САМАЯ УСПЕШНАЯ ВЫСТАВКА. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ РАБОТЫ ТРЕХ ГАЛЕРЕЙ**

В рамках исследования «выявление механизмов организации и функционирования частных художественных галерей» было проведено интервьюирование галеристов, на основании которого была выявлена самая успешная выставка каждой из галерей. Результаты исследования показали, что существует два способа измерения успеха выставки: ее экономическая эффективность и ее посещаемость. При этом оба параметра не всегда могут быть реализованными в рамках одной выставки.

Марина Гисич считает, что достаточно тяжело просчитать эффективность выставки. «Это очень сложно, потому что понятие «успех» я могу применить к выставке, на которой мы не продали ничего. Экономический успех не предполагает никакого соперничества, если выставка была успешна, потому что у нас хороший проект материализуется в будущие деньги. Какие-то проекты ты можешь вести, вести, и через несколько лет они станут успешнее. Это как с ребенком. Если ты его сделал по какой-то причине, ты должен нести за него ответственность. Так же и с художниками», – объясняет Марина.

На вопрос о секрете самой успешной выставки представитель художественной галереи kGallery Кристина Брезовская отвечает следующим образом: «Это безумие или репутация галереи, помноженная на имя художника. Господин Лурье предположил, что это имидж галереи, помноженный на яркость художника. Но мне кажется, что есть политическая подоплека. Как сказал Парфенов в одном интервью, «обращение народа к искусству связано с серостью общей в стране, отсутствием событийности. Когда помимо искусства и кино тебе ничего не предлагается взамен». Я склоняюсь к этой версии, но плюс, конечно, время и уникальность события»,

– так прокомментировала Кристина выставку Константина Сомова после того, как её посетило более трех тысяч человек за одни выходные<sup>72</sup>.

По результатам ответов интервьюирования с Мариной Виноградовой – арт-директором AnnaNovagallery, выявлены следующие результаты: самая экономически эффективная экспозиция – выставка Александра Дашевского, абсолютно все его работы были раскуплены. А самой посещаемой стала выставка художника «Алеши», Лотофаргия.

Исходя из полученных данных, представляется актуальным проанализировать и предоставить рецензию на каждую из вышеперечисленных выставок и подытожить результаты.

### **3.1 MarinaGisichgallery. Кирилл Чёлушкин**

Самой популярной в галерее Марины Гисич оказалась выставка московского художника Кирилла Чёлушкина. Кирилл Чёлушкин родился в Московской области<sup>73</sup>. Окончил Московский архитектурный институт, на данный момент живет и работает в Париже и Москве. Чёлушкин Кирилл – участник нескольких ярмарок, таких как Арко Мадрид (англ. ARCOMadrid), АртМосква (англ. ArtMoscow), Арт Париж (англ. ArtPARIS), Арт Стамбул (англ. ArtStambul), Космоскоу (англ. Cosmoscow). Его работы находятся в собрании Государственного музея им. А.В. Щусева, Государственной Третьяковской галерее, Фонде культуры «Екатерина», а также в частных собраниях Нью-Йорка, Москвы, Венгрии, Франции. Кирилл Чёлушкин является участником Московских Биеннале и Триеннале. В России Кирилл Чёлушкин выставлялся в галерее pop/off/art, в галерее Крокина, в галерее «Сэм Брук» в Москве. В Санкт-Петербурге экспонировался в галерее Марины Гисич в 2010 и в 2016 годах.

После выпуска из архитектурной академии в далекие 1990-е, Кирилл Чёлушкин познакомился с теоретиком Дмитрием Гутовым, который

---

<sup>72</sup> Приложение 2.С. 81.

<sup>73</sup> Kiril Cherushkin "About me". URL: <http://chelushkinart.com/about-me/> (дата обращения 23.05.2017)

несколькими годами позже основал в Москве «Институт Лифшица». Дмитрий Гутов является последователем советского философа Михаила Лифшица – яркого защитника социалистического реализма. В дальнейшем знакомство с Дмитрием Гутовым заметно повлияло на Кирилла Чёлушкина.

Работы Чёлушкина написаны в графике, а скульптуры сделаны из белого пенопласта. Художник также проводит исследование в области фотографии, рисования и видео, сочетая их между собой. Создавая скульптуры из пенопласта, он проецирует видеоизображения, получая уникальную композицию.

Тема секса у Кирилла Чёлушкина прослеживается в ряде его работ. Порнология стала тематикой большого пласта его произведений. По мнению художника, половое влечение со временем слишком морализировали, придали ему потребительскую окраску, в то время как секс является лишь способом продолжения рода. Своей целью Кирилл Чёлушкин видит, основываясь на истинном предназначении секса, превратить это действие в искусство.

Произведения Кирилла Чёлушкина, по словам Марины Гисич, оказались самыми популярными экспонируемыми произведениями. Первая выставка, «Проект 242», прошла в 2010 году в галерее. На ней были выставлены работы порнографического характера, написанные с помощью графита. Название выставки – прямая отсылка к статье 242 УК РФ «Незаконное распространение порнографических материалов или предметов». «Изготовление в целях распространения или рекламирования, распространение, рекламирование порнографических материалов или предметов, а равно незаконная торговля печатными изданиями, кино- или видеоматериалами, изображениями или иными предметами порнографического характера – наказываются штрафом, либо лишением

свободы»<sup>74</sup>. Если название – завуалированная провокация, то изображения оказались гораздо более откровенными.

На стенах галереи красовались масштабные откровенные полотна. Основным их мотивом был половой акт. Женщины и мужчины на картинах имели гипертрофированные, словно искусственные части тела. Весь половой акт на картинах, его театральность, отсылали к тем порнофильмам, которые ничего общего не имеют с «архаикой», которую хотел отразить и эстетизировать художник. Нужно сказать, что изображенные обнаженные части тела мужчин и женщин напоминают архитектурные чертежи, что, скорее всего, является следствием учебы художника в МАРХИ.

Следующая выставка под названием «Счастливый человек» прошла в галерее Марины Гисич в 2016 году и побила все рекорды по посещаемости. Большая часть этих работ также была успешно продана. Полотна Кирилла Чёлушкина имеют академическую масштабность: каждая картина – несколько метров в высоту. «Счастливый человек» – выставка с философским подтекстом. Каждое произведение изображает эмоции человека в какой-то определенный важный момент его жизни. На каждом произведении автор передает эмоцию, будь то молодые ребята в военной форме перед тем, как их призывают, плачущие старики, пляж с перевернутыми зонтами, пострадавший от ветра. На выставке представлены произведения, которые отражают абсолютно разные состояния: от абсолютного спокойствия до катастрофического уныния. Художник, иронизируя, стремился к тому, чтобы продемонстрировать момент счастья даже в минуты уныния и отчуждения. Помимо графитовых изображений, на выставке были представлены барельефы, сделанные из пенопласта.

Популярность выставки в галерее Марины Гисич, на мой взгляд, обусловлена несколькими факторами: данный художник уже выставлялся в

---

<sup>74</sup> "Уголовный кодекс Российской Федерации" от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 17.04.2017)  
[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_10699/ad5d9196ef8584bf342b4c10c1eb39fed4ae8745](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/ad5d9196ef8584bf342b4c10c1eb39fed4ae8745)

галерее, его работы масштабны, написаны в понятном для общества направлении реализма и предполагают мощную эстетическую реакцию.

Выставка «Проект 242» от 2010 года, благодаря своему содержанию – порнографии, завоевала огромный успех у зрителей. В 2016 году имя художника уже было знакомо публике, и выставка «Счастливый человек» побила все рекорды. Также все работы Чёлушкина, за исключением барельефов и видеоскульптур, которые действительно привлекают внимание и являются новаторским явлением для художественной жизни города, выполнены как графические изображения в направлении «реализм». Это значительно упрощает процесс анализа сюжета картин, что также привлекает массовую аудиторию. Третьим фактором и, наверное, одним из самых главных, является эмоциональная реакция зрителя. Само название выставки «Счастливый человек» противоречит содержанию экспозиции, где представлены достаточно трагичные изображения. Апеллируя к словам Л.С. Выготского <sup>75</sup>, у зрителя возникает диссонанс относительно понятия «счастливый человек». Первое, что непонятно зрителю, когда он попадает на выставку, это то, почему она называется именно так, в то время как моменты счастья в произведениях имеют спорный характер. Второе – это эффект, который произвела выставка: когда ты идешь на выставку «счастливый человек», ты ожидаешь увидеть там, что по эмоциональному оттенку она действительно соответствует определению «счастье», но вместо этого художник изображает обратное. Получается, что форма противоречит содержанию выставки, что за счёт контраста вызывает эмоциональную реакцию зрителя, в которой он может не отдавать себе отчет.

### **3.2 KGallery. Константин Сомов**

Если в галерее Марины Гисич самой успешной была выставка современного художника Кирилла Чёлушкина, то посетители kGallery

---

<sup>75</sup> Выготский Л.С. Психология искусства. Ростов н/Д: изд-во «Феникс», 1998.



отдают предпочтение художнику XIX века Константину Сомову. Выставку «Константин Сомов» только за выходные посетило более трех тысяч человек, что значительно больше, чем количество зрителей на самых успешных выставках других двух галерей. Экспозиция проходила с 24 марта по 14 мая 2017 года.

Константин Сомов родился в 1869 году в Петербурге. Большое влияние на юного художника произвел его отец, который был знатоком западного и русского искусства<sup>76</sup>. В 1886 году А.И. Сомов занял должность хранителя Эрмитажа. Он был страстным коллекционером русского и западного искусства, а особенно «малых голландцев»<sup>77</sup>.

Константин Сомов, унаследовавший страсть к коллекционированию и к голландцам с самого детства, получил возможность исследовать лучшие произведения искусства своего времени. До поступления в Академию Художеств К. Сомов учился в гимназии, где впоследствии познакомился с Н. Бенуа, В. Ф. Нувелем и Д.В. Filosoфoвым, которые в будущем основали журнал «Мир искусства»<sup>78</sup>. Годами позже у К. Сомова, как и у других «мирискуссников», появилось тяготение к современному искусству Запада. В 1923 году Сомов уехал в Америку и больше в Россию не вернулся.

Выставка в kGallery была представлена впервые с последней выставки К. Сомова, которая проходила в 1970-х годах. «Константин Сомов не подходит для экспонирования в пространстве большого музея. Это художник, который требует отдельного, личного пространства, поэтому галерея – отличный способ показать людям его», - высказалась Кристина Березовская в интервью<sup>79</sup>.

На выставке в основном присутствовали его графические работы, а также несколько фарфоровых статуэток. Гораздо меньше было представлено

---

<sup>76</sup> Сомов К. А. Константин Андреевич Сомов: Письма. Дневники. Суждения современников / Сост. и примеч. Ю. Н. Подкопаевой и А. Н. Свешниковой. М.: Искусство, 1979. С.13.

<sup>77</sup> Там же. С.15.

<sup>78</sup> Приложение 2. С.82.

<sup>79</sup> Там же.

произведений живописного характера. Произведения К. Сомова были размещены в галерее в хронологическом порядке: в первом зале были перечислены основные события его жизни и представлены работы раннего периода, среди них больше половины – графические работы. Во втором зале было экспонировано больше работ, они носили живописный характер. В третьем – графика, фарфор и живопись. Нужно сказать, что отзывы посетителей были в основном сосредоточены на количестве картин на выставке, которое значительно уступало числу демонстрируемых зарисовок.

На стенах под картинами иногда встречались краткие очерки из жизни художника, которые Кристина получала от родственников Константина Сомова. Так же, как и некоторые были взяты из личного архива родственников близкого круга художника. В основном на выставке были представлены работы из Русского музея, частного собрания kGallery, а также несколько произведений экспонировались из Санкт-Петербургского Государственного музея Театрального искусства, частных коллекций России и Европы, а также из собрания музея-квартиры имени Бродского. Вся живопись преимущественно была из собрания Русского музея, а графика и фарфор – из частного собрания галереи.

Основная причина популярности выставки обусловлена тем, что произведения Константина Сомова в последний раз экспонировались около пятидесяти лет назад. Создав качественный каталог, разместив рекламу о таком количестве работ, галерея провела успешную выставку. Кристина Березовская подтверждает причину такой популярности выставки: «Каждый год у нас увеличивается количество посетителей. Есть менее яркие проекты, есть более. Есть градация по возрасту. В нашем случае, к сожалению, качество выставки не зависело от публики, которая на нее приходит. Нормальная история: есть такие понятие, как мода, как удачный пресс-релиз, как химия, которую ты не можешь предсказать – «почему здесь выстреливает, а там нет». В нашем случае, за десять лет существования галереи каждый год мы увеличиваем спрос на 20-30%. Не нужно забывать,

что сейчас мы живем в удивительное время, когда народ выстраивается в очереди на выставках»<sup>80</sup>. Действительно, выставке, на которой экспонировалось творчество Константина Сомова, заметно уступали предыдущие, на которых я присутствовала в kGallery: по уровню организации, по сложности концепции, по уникальности исторических источников, которые удалось достать директору галереи. Безусловно, усилия, приложенные к организации выставки в совокупности с именем художника и протяжительным отсутствием его работ в художественной культуре, вылились в самую успешную выставку галереи.

### **3.3 AnnaNovagallery. Aljosha**

Выставка «Лотофагия» немецкого художника украинского происхождения оказалась самой посещаемой за всю историю галереи. Художник Aljosha уже экспонировал свои работы в 2014 в музее современного искусства «Эрарта». На этот раз он вновь показал зрителям биофутуристические скульптуры. Aljosha – участник ярмарок, его работы экспонировались во многих странах Европы.

Названием выставки художник апеллирует к древнегреческой мифологии, согласно мифам которой существовал народ, питавшийся плодами лотоса.

Если говорить о материалах, с которыми работает художник, то по составу они синтетические. Каждая скульптура – наслоенная микродозами краска, которая впоследствии создает футуристическую скульптуру. Каждая скульптура имеет яркий, неоновый цвет, который символизирует роль объекта как новаторского прообраза будущего. Но при этом, исходя из названия, которое имеет древнее происхождение, художник говорит о искусстве перманентно, а не в рамках определенного времени.

---

<sup>80</sup> Приложение 2.С. 81.

На выставке, помимо объектов, были также представлены и картины художника, на которых изображались биофутуристические скульптуры. Все работы были транспортированы из Германии.

Популярность выставки, на мой взгляд, обусловлена ее новаторством. Ярро-розовые, желтые, синие скульптуры немецкого художника очаровывают и притягивают своими формами и цветовым решением. В галерее AnnaNova выставку посетило около 4000 человек, что говорит о том, что современный зритель не против новаторства, ему интересно выявлять для себя новые формы искусства. Марина Виноградова рассказала о том, как выставка мгновенно стала популярной: «Мы просто не поверили своим глазам, когда увидели, что народ выстаивается в очередь, чтобы посмотреть на эти космические скульптуры. Какая-то девушка сфотографировалась на фоне арт объекта и выставка мгновенно стала популярной. Но такого, действительно, никто больше не повторял, я думаю, что новаторство и является основной причиной популярности»<sup>81</sup>.

Таким образом, сравнивая ответы респондентов, можно сделать следующие выводы:

- 1) У каждой выставки можно выделить свой возрастные рамки посетителей – на выставку Кирилла Чёлушкина, в основном, приходили посетители от восемнадцати и старше, выставка Константина Сомова пользовалась успехом у людей старшего поколения, выставка немецкого художника Алеши была популярна среди активных пользователей социальных сетей 25-30 лет.
- 2) Зрителям нравится получать эмоции при просмотре экспозиции, причем они могут быть не только положительными.
- 3) Посетителям интересно смотреть на новые формы искусства, такие как биофутуризм, но не все готовы его понимать, поэтому выставка Константина Сомова в kGallery была самой популярной среди

---

<sup>81</sup> Приложение 3.С. 83.

экспозиций всех трех галерей. Современный российский зритель пока что остается неадаптированным к современному искусству.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Искусство является неотъемлемой частью культурно-общественной жизни любой территории. Санкт-Петербург исторически является центром творческой жизни не только России, но и всего мира. Сохранение и развитие культуры и искусства, формирование современного арт-рынка является важнейшим условием трансляции национально-культурной идентичности России и ее популяризации как внутри страны, так и за рубежом.

Инфраструктура учреждений в области культуры и искусства в Санкт-Петербурге находится в достаточно развитом состоянии. Множество музеев, галерей, общественных организаций и фондов, профильные ВУЗЫ и частные школы являются образцово-показательными для всей России.

Однако, как показало исследование, между всеми перечисленными элементами отрасли плохо налажено взаимодействие, отсутствует синергия. Исследование продемонстрировало необходимость консолидации профессионального сообщества в области культуры и искусства – ИОГВ, Творческие союзы, профильные ВУЗЫ, частные художественные галереи, общественные фонды, коллекционеры и молодых художников Санкт-Петербурга. Целесообразным является создание системы выявления и поощрения талантливых молодых людей в области живописи на постоянной основе для дальнейшего экспонирования их как в России, так и за ее пределами.

С целью формирования на Российском арт-рынке новых имен необходимо создавать такие условия для молодых художников, в рамках которых они бы могли быть востребованными в городе и могли быть замеченными профессиональным сообществом

Представляется целесообразным сформировать условия, при которых профессиональное сообщество в области искусства могло бы консолидироваться вокруг молодых мастеров с целью создания среды, в рамках которой новые имена в Санкт-Петербургской живописи появлялись

на постоянной основе.

В связи с этим представляется актуальным создать коммуникационную площадку, на которой будут взаимодействовать представители ИОГВ, творческих союзов, частных художественных галерей. Такое объединение позволит создать синергию, благодаря которой будут обеспечены взаимовыгодные условия для совместной работы, при которых арт-рынок ежегодно будет получать пул новых художников, а вчерашние выпускники получают площадку для демонстрации своих работ и их дальнейшей реализации.

Данная классификация строится на определении ценности общего взаимодействия для каждой из групп участников коммуникационного поля:

Для ИОГВ она заключается в продвижении национально-культурных идей, инвестиционных проектов в области искусства, поддержании статуса Санкт-Петербурга как «Культурной столицы России» как внутри страны, так и за рубежом;

Для художников – в возможности реализации своего творческого потенциала, демонстрации своих произведений широкому кругу лиц;

Для ВУЗов – в способности обеспечить выпускникам возможность трудоустройства по специальности, через коммуникации с профильными учреждениями по направлению набора новых художников для экспонирования;

Для частных художественных галерей – в возможности постоянного взаимодействия с профильным профессиональным сообществом и отбора новых художников для выставления;

Проведение интервьюирования среди руководителей ведущих частных художественных галерей Санкт-Петербурга (Галерея Марины Гисич, KGallery, AnnaNovaGallery) выявило следующую проблему: на сегодняшний день профессиональное сообщество города в области живописи находится в разрозненном состоянии и лишено платформы для консолидации. Отсутствуют механизмы, позволяющие на постоянной основе выявлять

талантливых молодых художников для популяризации их в городском сообществе и за его пределами.

На сегодняшний день в Санкт-Петербурге насчитывается более 113 выставочных залов, в том числе и частных галерей (постановление правительства «Развитие сферы культуры и туризма в Санкт-Петербурге» на 2015-2020 годы)<sup>82</sup>, однако по причине отсутствия новых творческих единиц, представляемых общественности, количество галерей заметно сокращается, что неизбежно приводит к сокращению количества экспозиций российских художников на мировой арене.

Создание коммуникационной площадки сможет поспособствовать развитию современной живописи Санкт-Петербурга в целом, а также консолидации творческой интеллигенции, художников и артистов с одной стороны и Правительства Санкт-Петербурга, представителей галерей, организаторов выставок, коллекционеров, с другой.

---

<sup>82</sup>Постановление правительства СПб от 17.06.2014 №488 «Развитие сферы культуры и туризма в Санкт-Петербурге» на 2015-2020 годы» -



## СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- 1) Арутюнова А. Арт-рынок в XXI веке: пространство художественного эксперимента / А. Арутюнова. – М.: Изд.дом Высшей школы экономики, 2015. – 232с.
- 2) Андреева Е.Ю. Угол несоответствия. Школы нонконформизма. Москва – Ленинград. 1946 – 1991. -М.:Искусство – XXI век, 2012. – 464 с.
- 3) Барова Н. Порядок-сын анархии или биеннале новейшего искусства // Декоративное искусство СССР. 1990. №7. С. 16-22.
- 4) Боровский А. Зов галерей // Новый мир искусства. 2000. №5. С.4-5.
- 5) Выготский Л.С. Психология искусства. Ростов н/Д: изд-во «Феникс», 1998.-480 с.
- 6) Грицкевич В.П. История музейного дела до конца XVIII века/ В.П. Грицкевич; Санкт-Петербург. гос. ун-т культуры и искусств. – 2-е изд., испр. И доп. – СПб.: СПбГУКИ, 2004.- 408 с.
- 7) Устав Общества поощрения художников / Утв. 28 апр. 1833 СПб.: Имп. Общ. Поощрения художеств, 1833.— 16 с.
- 8) Каган. М.С. Философия культуры. СПб.: Петрополис, 1996. 415 с.
- 9) Т.П.Калугина. Художественный музей как феномен культуры. – Издательский дом «Петрополис», 2008 г. – 244 с.
- 10) Карпов А.В. Художественный рынок: Вопросы теории, истории, методологии. – СПб.:СПбГУП, 2004. – 232 с. – (Новое в гуманитарных науках; Вып.13.)
- 11) Крусанов А.В..Русский авангард 1907-1932 гг. Исторический обзор. Т. II.Кн.1. Футуристическая революция 1917-1921. М.,2003
- 12) Лапшин В. Художественный рынок в России конца XIX начала XX века // Вопросы искусствознания. 1996. №1. С. 86-94.
- 13) Лущик С.Одесские «Салоны Издебского» и их создатель.С40.

- 14) Лейкин О.Д. Северюхин Д.Я. Новый художественный Петербург: Справочно-аналитический сборник \\О.Д. Лейкин, Д.Я. Северюхин\\.- СПб.: изд. Им. Новикова. 2004. – 487 с.
- 15) Мелихова Е., Художественная галерея: торговля искусством //- Социологическое Исследование, 2000, №4.
- 16) Моль А. Социодинамика культуры: Пер с фр. / Под ред. Б.В.Бирюковой М., Изд. Прогресс, 1973. - С. 45-124
- 17) Нагорский Н.В. Музей в духовной жизни общества. – СПб, 2004. – 432 с.
- 18) Петров П. Н. История Санкт-Петербурга с основания города до введения в действие выборного городского управления по учреждениям о губерниях. 1703-1782. СПб.: Глазунов, 1884. -246 с.
- 19) Северюхин Д. Я. Старый художественный Петербург: Художественный рынок и самоорганизация художников. – СПб.: Мир, 2008. – 536 с.
- 20) Северюхин Д. Я. «Выставочная проза» Петербурга. Из истории художественного рынка. СПб., 2003
- 21) Сомов К. А. Константин Андреевич Сомов: Письма. Дневники. Суждения современников / Сост. и примеч. Ю. Н. Подкопаевой и А. Н. Свешниковой. М.: Искусство, 1979. - 626 с.
- 22) Суворов Н. Галерейное дело: Введение в арт-бизнес. СПб.: Культинформпресс, 2001. - 287 с.
- 23) Б.А. Столяров. Музей в пространстве художественной культуры и образования. Учебное пособие. – СПб., 2007. – 340 с.
- 24) Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 февраля 2016 года №326-р.  
URL: [http://mkrf.ru/upload/mkrf/mkdocs2016/09\\_03\\_2016\\_01.pdf](http://mkrf.ru/upload/mkrf/mkdocs2016/09_03_2016_01.pdf) (дата обращения: 18.04.17) [Электронный ресурс]
- 25) Н.П. Собко Искусство и художественная промышленность.- СПб, 1899-1900. С / ред. Н.П. Собко. № 1-12. 1899. СПб.: Изд. Общества Поощрения Художеств, 1899. 1050 с.

- 26) Мир искусства. 1899 Т.1, № 11 С-Пб, Издание: Княгини М. К. Тенишевой и С. И. Мамонтова, 1899. — 456 с.
- 27) Алена Лапина. Татьяна Маркина. «Ярмарка Cosmoscw взяла космический старт». URL: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/2066/> (дата обращения 13.03.17) [Электронный ресурс]
- 28) Kiril Cherushkin "About me". URL: <http://chelushkinart.com/about-me/> (дата обращения 27.02.2017) [Электронный ресурс]
- 29) Постановление правительства СПб от 17.06.2014 №488 «Развитие сферы культуры и туризма в Санкт-Петербурге» на 2015-2020 годы» - <http://spbstrategy2030.ru/wp-content/uploads/2014/07> (дата обращения 23.01.17) [Электронный ресурс]
- 30) MarinaGisichGallery «Галерея Марины Гисич». URL: <http://gisich.com/gallery> (дата обращения 18.01.17) [Электронный ресурс]
- 31) AnnaNovagallery «О галерее». URL: <http://annanova-gallery.ru/about.php> (дата обращения 03.03.17) [Электронный ресурс]
- 32) kGallery «О галерее». URL: <http://www.kgallery.ru/about-gallery.html> (дата обращения: 20.02.17) [Электронный ресурс]
- 33) "Уголовный кодекс Российской Федерации" от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 17.04.2017) [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_10699/ad5d9196ef8584bf342b4c10c1eb39fed4ae8745/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/ad5d9196ef8584bf342b4c10c1eb39fed4ae8745/) [Электронный ресурс]

## ПРИЛОЖЕНИЕ

### Приложение 1.

#### **Интервью с Мариной Гисич (Marina Gisich Gallery)**

##### **– Как устроена ваша галерея?**

Любая галерея должна иметь централизованное руководство. Хорошо, когда её владелец одновременно работает и её директором. Иногда на западном рынке случается, что владельцы одни, а развивают галерею другие люди, которых нанимает менеджмент. Раньше и в России было так принято: возникает владелец, а дальше галерея действует без его прямого участия. Это плохой путь, потому что в нашей стране очень важна персональность. Руководство галереей – не «красивый бизнес для симпатичных девушек». Ты должна полностью находиться в процессе, которым владеешь, отвечать за него своей репутацией, возможностями.

У нас работает четыре сотрудника. Делим по их принципу влияния на рынок: одни курируют внутренний, другие – внешний. Первый занимается персональной работой с отечественными коллекционерами, фондами, музеями. Второй работает с западными, продумывает стратегии по ярмаркам, которые мы делаем по три-четыре в год. Это огромный путь, начиная с выбора направления, продолжая отправкой документов, которые чаще всего отфутболивают, и завершая долгой работой, доказывающей, что ты достоин. Только по его окончании тебя начинают пропускать. Чем больше тебя одобряют, тем выше твои шансы пройти в следующую ярмарку. Главное – войдя в эту цепочку не прогореть в финансовом плане. Третий сотрудник занимается back-office, отработкой внутренней стратегией галереи. Это выставки, а их примерно 5-6 в год, это какие-то проекты декоративного плана, когда мы работаем, собираем коллекцию для фонда или коллекционера, делаем какие-то параллельные программы с отелями – мастер-классы, или, допустим, какие-нибудь приемы для больших компаний с целью ознакомить их с искусством, но за это взять с них деньги и

финансировать эти деньги в каталоги. Сейчас я развиваю отдельное it-направление, которым занимается четвёртый сотрудник. Это, конечно, громко звучит, но без правильного сетевого обслуживания, без агрессивного вгрызания в сеть, хотя искусство очень штучный товар, лимитированный, невозможно продвигаться продуктивно. После того, как ты захватил клиентов на ярмарках, необходимо в эпоху избытка информации уметь их удержать. От того, насколько ты минимизируешь неправильные движения в рассылке информации, в инстаграмном обслуживании, насколько ты эти письма послал в правильное время, насколько они успели их прочитать, зависит очень многое. У тебя есть тестовая система для того, чтобы проверить, как письмо, которое ты отсылаешь по всему миру, действует, каким его видят, насколько оно желанно в этом формате, пришло ли оно в нужное время или пришлось некстати и поэтому его выбросили. То есть очень важно, как мир на тебя реагирует, когда ты делаешь работу вне галереи и посылаешь ему весточку от себя. На это пока немногие обращают внимание. Мы каждые два года меняем полный фейс нашего сайта, так как сайт, как и фэшн, постоянно устаревает, его нужно постоянно обновлять.

**– В каких ярмарках вы участвуете?**

Верхний эшелон – это Frieze, FIAC, Basel и ARCO. На ARCO Madrid мы присутствовали 2 или 3 раза. Выставляем на Стамбул contemporary, Cosmoscw, Artpari. В этом году были на Volta New-York, Art Miami. На остальные попасть нереально, это смертельно дорого и конкуренция – 30-40 галерей на место. Пропагандируем русское искусство, но пока это вызывает скорей любопытство, чем желание коллекционировать наш contemporary art. Мы находимся в зародышевом состоянии, это очень интересно, потому что ты как открыватель Луны делаешь все впервые и от того, как ты это делаешь, насколько твой сайт хорош, насколько твоя команда умеет говорить, насколько ты можешь выдержать удар, когда перед тобой стоит Абрамович или Элтон

Джон, насколько ты можешь говорить об искусстве, насколько твое искусство котируется по отношению к другому искусству в Европе, насколько ты смог правильно подобрать сет художников для каждой ярмарки, так как у каждой ярмарки свое лицо, насколько ты корректен по отношению к клиентам, к ценовой политике, насколько, продавая искусство из галереи, твои художники потом не фигачат его из мастерской в два раза дешевле, зависит будущее этой сферы в России.

**– Cosmoscw – единственная глобальная ярмарка, объединяющая художника и коллекционера?**

Да. Раньше вместо неё была Арт-Москва. На Cosmoscw всё делают профессионально, пытаются расшатать рынок современного искусства, на котором она специализируется. Ситуация с современным искусством сейчас обстоит гораздо лучше, чем в предыдущий год. Люди всё чаще понимают, что необходимо связывать свою жизнь и с интеллектуальными вещами. К сожалению, таких ценителей всё еще не очень много. Современное искусство – это диалог с сегодняшней ситуацией и, так как она еще достаточно неясная, художник, который говорит откровенно и дерзит с реальностью – а это и есть contemporary art – не всегда вызывает у коллекционера желание его поддержать. Некоторые люди не готовы к дерзкому искусству, не готовы рискнуть и с головой окунуться. Мы делаем это, когда говорим про fashion, мы это делаем, когда идем в Дом Кино на арт-хаус, мы это делаем, когда слушаем концептуальную музыку, но мы почему-то не совсем готовы, когда речь заходит о изобразительном искусстве. Видимо, оно требует больших душевных затрат и смелости. Мы сейчас находимся в процессе, когда приучаем людей отстричь от себя стереотипы, расслабиться, но при этом развивать мозг. Современное искусство невозможно понять, если не изучать историю: необходимо знать, откуда растут ноги. Человеку нужно объяснять, что, скорее всего, оно не нравится только потому что он сути не понимает. Нужно сначала алфавит выучить, а через несколько лет можно и до Кафки добраться.

**– Вы сейчас про российских потребителей высокого ранга, которые не обладают хорошим вкусом и правильным образованием?**

Конечно. К этому нужно просто отнестись с самоиронией. Если я плохо знаю английский язык, то это не значит, что мне не придётся на нём разговаривать. Этого просто требует время. Так и с искусством: я знаю, что его не понимаю, но я должна пытаться в нём разбираться, ходить на выставки, потому что, если я не буду этого делать, я не смогу понять, куда ветер дует. Если не позволять критически себя оценивать и не признаваться себе в пробелах, то расти невозможно.

**– Как обстоит сотрудничество с ИОГВ? Помогают ли они как-то? Вот Марина Виноградова сказала, что только информационно, а вам?**

Мы смотрим в разные стороны – патриотически по-разному настроены. Мы поддерживаем искусство своими деньгами, своей жизнью, а люди это делают за зарплату. Они делают хорошо в силу своих возможностей и просто любят искусство, а мы служим ему. Когда можно отдать время своему ребенку или почитать книгу в субботу, а нужно монтировать выставку и ты занимаешься этим, ты служишь искусству.

**– А с другими галереями у вас какой контакт?**

У нас есть личные границы, но при этом мы дружим. Наша задача – максимально быстро распознавать, что происходит вокруг, чтобы наших художников не переманивали. Мы всегда смотрим, как можно их защитить, как возможно их выкупить.

**– По каким критериям вы отбираете художников?**

Когда ты открываешь галерею, у тебя одни предпочтения, а когда проводишь двадцать лет за работой в индустрии, тратишь два миллиона, у тебя уже совершенно другой вкус. Я почти, например, не работаю с молодым искусством, а сотрудничаю с художниками, которым около тридцати и они что-то из себя представляют – либо участвуют на ярмарках, либо в конкурсах победили. Это, в основном, те ребята, с которыми мы начинали. Они теперь

звезды и я теперь звезда, и мы вот в таком марьяже идем вместе. Моя задача – их не потерять, а усилить. При этом я постоянно подписываюсь молодой кровью. Дружим начинающих ребят со взрослыми, чтобы вторые поддерживали первых. При этом я всегда смотрю, насколько художник не временный человек в этой работе, насколько он жертвенен, насколько он неалчный, насколько он смел, насколько он чувствует современность. Но при этом он должен различать русский культурный код, он должен быть из этой территории. Это всё галеристский нюх. Выбор всегда огромный, но за год я беру одного-двух художников, потому что это всегда риск. Перед тем, как художника взять в команду, мы, как правило, год, два, три присматриваемся, и только потом даём персональную выставку. У тебя должен быть хорошо натренирован глаз, ты постоянно сравниваешь русское искусство с тем, что ты видишь в мире, смотришь, насколько оно актуально, насколько оно свежо.

**– Как происходит отбор художников, вы устраиваете какой-то конкурс?**

Мы получаем досье или художники советуют других художников. Очень редко случается, чтобы просто человек с улицы пришел. Я подолгу наблюдаю за художниками на таких конкурсах, как премия Кандинского, инновация или «Молодое искусство» в «Гараже». Интересно смотреть на новых ребят, а потом отбирать лошадок в свою конюшню. Если художник хорош, то нам приходится биться с другой галереей – здесь всё по принципу «у кого силы больше». Более именитая галерея заберет молодняк лучше, чем новая.

**– Пересекаются ли между собой рынки Москвы и Петербурга?**

Конечно мы паразитируем на московских коллекционерах, те покупают питерское искусство. Встречаемся с московским рынком только когда приходим на Cosmoscw. Ну, еще на западных ярмарках. Надо нам еще продумать, как развивать свое присутствие в Москве, хотя это раздвоение на две территории очень сложное – не сконцентрироваться. Если мы будем уходить на две галереи, это очень большие затраты. Мы будем пожирать



свою прибыль, а, пожирая свою прибыль, не будем расти. Инвестор дополнительный – тоже опасно, потому что начинаешь плясать под его дудку, а мы совершенно независимы ни от кого. Работаем на свои деньги.

**– Какие существуют методы организации вставки, кроме правильного финансового обеспечения?**

Для хорошей выставки одного холста и красок недостаточно. Для первого инвестирования в проект мы даём художнику не более полутора тысяч Евро. Затем, когда удастся продать его работы, мы вычитаем эти деньги и оставшуюся прибыль партисипируем с создателем работ. Помимо того, что мы инвестируем, выставка должна

быть очень хорошо срежиссирована: фотограф, критик, состояние сайта, информационная рассылка, прайс листы, оформление, хранение работ... Это бесконечный сервис.

**– Назовите пожалуйста основные стадии разработки выставки.**

Сначала мы намечаем свою жертву (смеется). Потом в работу входит стратегия выбора, следом девочки ведут подготовку мероприятия. Мы определяем, что необходимо по финансированию выставки, смотрим, на что какие деньги идут. Дальше выбираем критика, намечаем дату, продумываем специальный день для коллекционеров. Часто мы проводим мастер-классы только для их детей, когда художник с малышами создаёт какую-то работу, у них есть возможность запечатлеть себя с художником. Этот этап очень важный. Далее – сама экспозиция. Когда она завершается, наша работа все еще продолжается. Дальше – как ты это искусство хранишь и что и когда достаёшь из коллекции. Для разных ситуаций нужно подбирать с хранилища определенные работы. Выставка – это некоторая «фиксация» сделанных работ. Работа начинается намного раньше неё и продолжается потом еще очень долго.

**– По каким критериям просчитывается эффективность выставки ?**

Экономические параметры не всегда работают в искусстве. Вы включаете свою стратегию. Как в банковском деле: есть long term и short term. Вы можете играть в акции, покупать бонусы, и они принесут вам дивиденды через год или два. А вдруг кризис – и не принесут. То же самое, когда вы работаете с художником. Да, завтра вы это продадите. Конечно, вы об этом должны думать. Но если вы ради этого только занимаетесь, то продажа, даже состоявшаяся, может быть сожрана, когда у вас много сотрудников и вы платите налоги. Интернет, транспортировка, уборка... К сожалению, это такой бизнес, который сложно запланировать. Только набравшись опыта и апеллируя к нему вы можете со временем что-то продумать.

**– Сейчас на рынке искусства кризис?**

Я не считаю, что это кризис. Если у тебя кишка не тонка, если есть задел какой-то, то это как раз время вырываться вперед. Как и в любом бизнесе: ты занимаешь нишу в кризис. Это сложно, это азартно и рискованно, но в это время можно пытаться о себе заявить. Деньги не исчезли, они сжались, они остались у кого-то, а у кого-то ушли. Поэтому нужно чувствовать этих людей и систему и пытаться понять, как эту систему заставить быть заинтересованной в партисипировании этих денег именно с тобой. Творческий процесс. Мы сейчас работаем в более интересных условиях, у меня, в отличие от многих конкурентов, сейчас есть возможность получать прибыль. За счет репутации и наработанных лет я имею к себе внимание. Пришло время, когда все подышают по сторонам, а ты остаешься. Может быть я тоже завалюсь завтра – никто не знает. Но, тем не менее, когда ты долго на рынке и никого не подставил, не обманул, и с художником, и с коллекционерами ты абсолютно корректен, тебе начинают верить. А новичкам доверяют меньше, и ты поэтому сжимаешь рынок в свою сторону.

**– Что характеризует рынок Санкт-Петербурга?**

Более серьезное отношение к искусству, долгая игра. И Аня Нова этим занимается, и мы. Московский рынок – он больше. Люди, в массе своей, избалованы большим количеством денег. Временами их смелость завышена: я не могу сказать, качество выбора, который они делают, меня радует. Они обращаются с деньгами очень легко, не всегда уверены и не вникают в то, насколько это искусство останется с нами. Хотя, наверное, я

совершенно не права – у каждой галереи своя стратегия, никто ее гимном не поет. Но то, что в Москве условия более комфортные и денег больше, факт. Для рынка очень важно, чтоб деньги работали, люди должны уметь с ними расставаться. В Петербурге люди прощаются с деньгами крайне сложно, только если хорошо подумали и решили приобрести хорошую вещь. Это вызывает стагнацию сделок.

**– Могли бы закончить фразу: «Сегодня в современной культуре Санкт-Петербурга не хватает...»**

Нескольких вещей. Первое: единого локомотивного движения государства и частных галерей. Если мы были бы в одной команде, в одной тусовке и понимали бы, что культуру можно использовать как локомотив объединения молодежи, показать, что культура – это здорово, было бы круто. Не хватает какой-то мотивации законом, которая позволяет делегировать средства в поддержку искусства. Должна быть такая общая история распространения культуры. В одиночку этого не сделать. Такое чувство, что культура сегодняшняя неинтересна. Когда это твоя собственность, ты знаешь, что портить ее не надо, а когда это общее – культура – такое ощущение, что она ничья. И вот этого марьяжа с глобальным менеджментом мне не хватает. Я понимаю, что могу действовать на уровне своей галереи, своей прослойки, а в более масштабном формате это не нужно, потому что это ничье. И второе: не хватает свободы людей, с которыми я работаю. Я чувствую, что люди, особенно с деньгами, очень закомплексованны – зависят от мнения окружающих. Но это временно, должно пройти лет 40-50, когда люди

заработают свои деньги и не будут бояться их тратить. Вдруг ты что-то не то купил. Они не боятся делать что-то уже с дизайном и одеждой, одеваясь в шаблонные марки и садясь в статусные, но удобные автомобили, я сама это делаю, но тем не менее мы показываем себе что это наш «статус». В искусстве другая ситуация, это очень персональная вещь, если ты шаблонно покупаешь искусство – это АД. Можно купить эрмезовскую сумку, можно сесть в классный ренджровер – здорово. Можно купить блузку марни – тоже здорово. Это шаблон и он хороший. Но когда ты покупаешь искусство, которое покупают все, современное... Я вот люблю очень Шорина Диму, но он у всех. Для меня это ад, потому что тем самым человек показал, что его внутренний мир – шаблонный. Если можно прикрыться за вещь, то в искусстве должна работать другая история. Вопрос персонального ощущения мира – это как собственную поэзию писать. Люди вроде и шаблоны брать не хотят, тогда лучше вообще без искусства... А выбор сделать боятся. Вот если мы со временем сможем выражать свою точку зрения, не оборачиваясь назад, пускай ошибаясь, то потом мы уже научимся отбирать свое. Во если бы вместе с городом или страной шли бы мы вместе, то для культуры это было бы хорошо.

### **Сложно ли сейчас найти хороших молодых художников?**

Конечно! Нужно пойти, подняться с места насиженного. Художники тоже сейчас нищенствуют: рынка нет, кушать нечего, идти некуда. Нет фондов поддержки молодого искусства, нет премий, грантов, которые должны быть при академии художеств. По-хорошему, должны быть крупные финансовые институты, которые отбирают 10-15 стипендиантов и дают возможность, допустим, в первые три года оплачивать мастерские. Десять тысяч рублей в месяц, какие-то минимальные деньги для того, чтоб художник мог встать на ноги и творчески ни от кого не зависеть. Это мелочь, но она дала бы очень классный прирост молодняка, который потом я могла бы забрать к себе. А

так – он выходит зеленый, денег нет, ничего не может сказать, проект не в состоянии сделать. Кто-то должен захотеть этот процесс наладить, а, если не знают, как, то спросить у нас. Но никому это глобально не интересно.

**Какие мероприятия в сфере культуры и искусства наиболее востребованы на сегодняшний день?**

То, что проходит в Эрмитаже. То, что Пиотровский и Озерков показывают сейчас современное искусство, очень востребовано. То, что Полина Бондарева делает «школе Мастера», очень интересно и свежо. Большой акцент сейчас на музеи – они взяли на себя образовательную миссию, устраивают лектории.

**– Назовите самые востребованные выставки, экономически и по посещаемости?**

Я бы отметила бы Челушкина Кирилла. Хотя понятие «успех» я могу отнести и к выставке, на которой не продали ничего. Какие-то проекты ты можешь вести, вести, и только через несколько лет они становятся продаваемыми. Я бы так не выделяла, это как с ребенком. Если ты его сделал по какой-то причине, ты должен нести за него ответственность, и рано или поздно вложенные силы дадут результат.

**– Как на ваш взгляд будет развиваться рынок художественных галерей в Санкт-Петербурге в течение пяти лет?**

Молодое поколение, которое сейчас учится в Лондоне, Америке, вернется в Россию. Если дети богатых людей с амбициями, с хорошим образованием, с финансовыми возможностями придут в этот рынок, то это будет здорово. Галерист должен быть богатым, бедный галерист – это не галерист. На Западе это престижнейшая работа, которую получают по наследству. Если наши не поймут, насколько это интересно, а пойдут открывать бесконечные салоны красоты или будут сидеть на шее у мужа и ждать, пока он бросит их, то будет жалко.

### **Интервью с Кристиной Березовской (kGallery)**

#### **- По какому принципу организовывалось ваше выставочное пространство?**

Никакой логики в том результате, который мы сейчас видим – нету. Почему? Потому что галерея развивалась вместе с ее создателями-инициаторами, то есть вместе со мной и моим отцом. И изначально это все-таки антикварная галерея, которая представляет и мебель, и живопись в совершенно другом жанре. Цвет стен, пола, организация самого выставочного пространства – это было вторично. Первоначальная задача – это галерея как бизнес. Затем мы перепрофилировались, история с антикварным бизнесом ушла на второй план, но не исчезла. И мы поняли, что, в общем, быть кураторами в Петербурге и выступать, в первую очередь, как выставочное пространство, нам интереснее. Тут уже цель оправдывает средство, и мы начали постепенно подстраиваться под понятие «выставочное пространство». Это свет, цвет, визуализация и организация места под объект. В том виде, в котором мы сейчас существуем, открывается один зал в несколько лет. Сначала у нас функционировали и всегда работали первые два зала, и постепенно мы как кураторы и коллекционеры расширяемся и по ходу мы прибавляем один за другим. У нас в этом смысле индивидуальная история, потому что, конечно, в полноценном среднестатистическом понимании экспозиционным пространством мы не являемся. Квартирой я, конечно, не люблю, когда нас называют, но на самом деле это цепь квартир, которые подстраиваются под задачи галереи.

#### **- Как поделены обязанности между сотрудниками?**

Мне отвечать как правильно или как на самом деле? Если как правильно, то, конечно, у нас все поделено. Но в действительности все занимаются всем. Я

вешаю картины, мои сотрудники связываются с владельцами. Я пишу пресс-релиз, мои сотрудники его рассылают. Или наоборот... Все занимаются всем. Это вообще история про галереи, иначе не получается. Я хотела бы сама пройти практику в крупных галереях, таких как RACE gallery. Я имею в виду те галереи, у которых есть свои штаб-квартиры по всему миру. В таких камерных, частных галереях, как мы, у всех проходит все примерно одинаково. Все занимаются всем.

### **Расскажите об опыте международного сотрудничества.**

В нашем случае оно сведено к минимуму. Это, в основном, участие в антикварных ярмарках, которые мы, на сегодняшний день, прекратили. Но это полноценная история, когда фонды галерей принимают участие в западных салонах, ярмарках. Схема примерно одна и та же, как это было бы с современным искусством.

### **- Как сотрудничаете с представителями власти?**

Это нормальная практика – давать информацию в различные комитеты. Комитет по культуре – наши основные партнеры в выставках и в различных мероприятиях. Комитет по образованию тоже помогает нам. Но это скорее работы уже пиар-служб и знакомств. Либо они поддерживают нас информационно и мы просто пишем, что выставка проходит при информационной поддержке. Бывает так, что они и финансово поддерживают. Комитет по культуре тогда просто выступает как партнер.

### **- Ведёте ли вы сотрудничество государственными музеями?**

Да. Это то, чем мы гордимся сейчас. Мы никогда не сотрудничали с Эрмитажем, это очень сложная история, но я к этому очень стремлюсь. У меня много проектов и идей. Я нахожусь в процессе обсуждения с ними. Но русский музей и театральный музей – все музеи, в чьих фондах находятся работы, которые не противоречат нашей выставочной программе, – мы практически со всеми с ними сотрудничали. Я предвосхищаю ваш вопрос, на чем базируются отношения с государственными площадками. На личных

отношениях и нашей репутации как коллекционеров и экспозиционного пространства. В нашей коллекции есть работы, которые не хуже, а, может быть, и лучше музейных. Это такая взаимопомощь, работы должны жить. Это партнерское сотрудничество.

**- Вы принципиально не хотите заниматься современным искусством?**

Я в нем не разбираюсь. Я стараюсь о возможности посещать арт-фаир, только для того, чтобы разобраться. Для меня пока это очень сложная структура. Я довольно коммерчески-ориентированный человек, и я совершенно не понимаю, как помимо удовольствия эта сфера может приносить действительно вменяемые деньги. Особенно на территории РФ. Не вижу будущего, не совсем понимаю, что от него ждать. Поэтому пока с ним на «Вы». Во-вторых, когда галерея все-таки выступает, как модерн-арт, переключаться на современное искусство – это просто не выгодно со всех точек зрения. Для бизнеса и для репутации.

Вы сказали, что не знаете, как современное искусство в РФ может приносить достойные дивиденды. А как ваши работы, которые уже есть у вас в коллекции могут приносить коммерческий успех, помимо экскурсий и продаж на билетах?

Всё, что касается финансовой составляющей деятельности галерей – это такая история очень индивидуальная. Но никто не отменял продажи работ. Это касается работ художников всех периодов. Вопрос клиентов и твоего круга. В нашем случае мы работаем и понимаем схемы тех, кто занимается произведениями начала XX века и более поздним искусством. Это наш круг и мы в нем вращаемся. Это дает нам возможность продавать. Это первое. Вторая, для нас не так давно стала возможная схема – это просто выступать как выставочное пространство. Это совершенно другое, но параллельная работа галереи. Третье – это участие в антикварных салонах. И последнее, но не менее значимое – это работа с аукционами.



**- На каких аукционах вы участвуете?**

«Участвовать» с ними – это не совсем правильный термин, с ними можно работать. Давать работы и покупать. Или же помогать клиентам приобретать предмет искусства, в качестве консультанта или просто физически на аукционах предварительно предлагая интересные им вещи, которые входят в сферу их собирательства.

**- Какие основные стадии разработки мероприятия.**

Первое: нужно понимать цель выставки. Их может быть несколько. Ты выступаешь как площадка, которая привлекает большое количество зрителей, делаешь интересное событие. Это хороший пиар. Галерея как хорошая газета: она постоянно должна выстреливать хорошими новостями, чтобы интерес читателя не угас. Мы все время должны быть на плаву, минимум раза три-четыре в год выпускать что-то яркое и новое. Для чего мы делаем выставку: сохранение интереса и монетизация коллекции, повышение стоимости на художника и продажа работ в рамках выставки. В первом случае ты ищешь повод, как информационный. Оцениваешь насколько это может быть актуально у всех возрастных групп. С одной стороны несложно предсказать, с другой стороны не можешь оценить успех в процессе организации выставки. Второе: ты рассчитываешь на интересы широкого зрителя, но при этом ты как владелец привлекаешь других частных коллекционеров. К этому проекту выпускаешь каталог и повышаешь стоимость автора. Важны отклики в прессе, но каталог и далее, что составит провиант этих работ. Выставка это жирная галочка, очень важно, что эта работа принимала участие в такой то выставке. Не повышает, но как минимум стабилизирует. В первую очередь, нужно понять, что ты хочешь на выходе получить. Дальше все примерно по одному сценарию: работа с прессой,

работа с экспозицией. Правильная организация time-table. Вот который я, например, так и не научилась соблюдать до сих пор. А дальше уже физика.

**- А по времени сколько у вас занимает приготовление?**

Минимум месяц. Самое правильное – это готовить несколько проектов параллельно. Пока у нас так не получается. У нас пока то, что мне не нравится, идет step by step. Мы делаем выставку, выпускаем и очень медленно начинаем готовить следующую. Это неправильно. Наши масштабы посещаемости и работы уже требуют более схематично работы. Нужна стратегия. Я работаю над этим.

**- Какие выставки были самые посещаемые?**

Все идет по нарастающей. В нашем случае, в первую очередь играет возраст галереи. Каждый год у нас увеличивается количество посетителей. Есть менее яркие проекты, есть более. Есть градация по возрасту. В нашем случае, к сожалению, качество выставки не зависело от публики, которые на нее приходят. Нормальная история: есть такие понятия, как мода, как удачный пресс-релиз, как химия, которую ты не можешь предсказать – «почему здесь выстреливает, а там нет». В нашем случае, десять лет галереи и каждый год мы увеличиваем на 20-30%. Ненужно забывать, что сейчас мы живем в удивительное время, когда народ выстраивается в очередь на выставках. Что происходит, это безумие или репутация галереи помноженная на имя художника. Господин Лурье предположил, что это имидж галереи, помноженный на яркость художника. Но мне кажется, что есть политическая подоплека. Как сказал Парфенов в одном интервью, что обращение народу к искусству связано с серостью общей в стране, отсутствием событийности. Когда помимо искусства и кино тебе ничего не предлагается в замен. Я склоняюсь к этой версии, но плюс конечно время и уникальность события.

**- То есть Сомов у вас самый посещаемый?**

В итоге да. Но дело тут совершенно не в Сомове.

**- Благодарю. Скажите пожалуйста, какие трудности испытывает галерист при организации мероприятия.**

Это очень энергозатратно. Это очень творческая деятельность, которая редко монетизируется. И в ответ на затраченные усилия ты получаешь, в первую очередь, благодарность зрителя. А этого недостаточно в обмен на все затраты. Очень сложно зарабатывать деньги в сфере искусства в нашей стране. Это самая главная трудность, которую я испытываю ежедневно. Это вопрос времени.

**- Вы сотрудничаете с Москвой? Ведь на монетизацию искусства там шансы увеличиваются.**

Конечно, но в ярмарках мы не участвуем больше. Мы переключили свое внимание на более позднее искусство. В Москве с ним ярмарок нет, а на западных это бессмысленное занятие. Московские клиенты – это наше большинство. Если говорить о каком-то центре, то он естественно там.

**- Какие инструменты могут поспособствовать развитию рынка в России в дальнейшем?**

Как это ни странно, но основную роль могло бы сыграть хорошее образование будущих коллекционеров. Ввиду отсутствия определенного уровня у покупателя и отсутствия знаний, это скорее история искусства, а не арт-менеджмента. «Быстрые деньги», которыми сейчас обладают новые коллекционеры. Только единицы из них готовы посвятить себя искусству, а остальным это не нужно, не понятно. Я еще раз вернусь: то с чего начинается любой серьезнейший музей в любой стране – сильнейшие факультеты по истории искусств. Они формируют вкус и дают возможность хотеть, как минимум, на стенку своей гостиной не постер, а художественный объект. Рынок формирует покупатель, покупателя нет, его нужно образовывать и создавать. Я возвращаюсь к образованию.

## **Интервью с Мариной Виноградовой (Anna Nova Gallery)**

### **- Внутренняя система работы галереи/организационное устройство**

Галерея была основана в 2005 году, изначально был совершенно другой дизайн: черный пол. В нашей галерее изначально был совершенно другой дизайн, пол, например, был черный. В формат, в котором существует галерея на сегодняшний день, Анна переделала после того, как мы стали выставляться на ярмарках, после 2007, а соответственно и перенимали опыт других галерей. Можно сказать, что это адаптация под сегодняшнее искусство, белый цвет не отвлекает от основного – выставки, а наоборот подчеркивает каждую работу

### **- Какая выставка Вашей галереи, на ваш взгляд, является самой успешной? Почему?**

Выставка художника Алеши, с его Розовыми арт-объектами мгновенно стала популярной. Мы просто не поверили своим глазам, когда увидели, что народ выстраивается в очередь, чтобы посмотреть на эти космические скульптуры. Какая-то девушка сфотографировалась на фоне скульптуры и выставка мгновенно стала популярной. Но такого, действительно, никто больше не повторял, я думаю, что новаторство и является основной причиной популярности

Самой окупаемой стала выставка Александра Дашевского, но это совсем другая история. Все его картины скупили у нас полностью...

### **Каким образом происходят коммуникации с:**

#### **- Международное сотрудничество**

Стараемся чаще выезжать на ярмарки, но ярмарки и фестивали первого эшелона, такие как FIAC, artBasel. BRAFA очень дорого обходятся и зачастую нерентабельны для нас. Там выставляется Лари Гагосян и его работы окупают это все, но не наши художники. Периодически стараемся участвовать в Cosmoscow, это необходимо для дальнейшего продвижения того или иного художника на нашем рынке. Чем больше художника купили

западные коллекционеры, тем более он востребован и его цена возрастает. Так что пока первая и единственная российская ярмарка в Москве – Comoscow – остается пока-что единственным доступным и удобным для нас способом коммуникации.

Вообще, Анна по образованию экономист, и все растраты в галерее продуманы до мелочей. Если мы организовываем выставку, то уже заведомо знаем, что она окупится. Поэтому ярмарки – это огромная статья расходов, которые обязательно просчитаны

#### **- Сотрудничество с ИОГВ**

Мы очень бы хотели сотрудничать с ИОГВ, обращались за поддержкой в комитет по культуре, ведь ежегодно мы проводим конкурс для молодых художников, а для поддержки молодежи не выделяется никаких средств. Приходится все своими силами. Председатель комитета, как только узнавал, кто владелец галереи, сразу же нам отказывал, аргументируя тем, что мы можем спонсировать художников и своими средствами, но в глобальном масштабе нам это станет не рентабельным.

#### **- Сотрудничество с Общественными организациями**

- Нас поддерживает фонд Владимира Смирнова, как раз он занимается тем, что «взращивает» молодых художников. Газета «Урбанист», Фонд «Александр», Сотрудничаем со SPACE FOUR, через них клиенты могут выбрать у нас работу, подходящую под их интерьер. Сотрудничаем с Masters, Собакой и тд. Скоро будем сотрудничать с Манежем.

#### **- Сотрудничество с другими галереями**

-Мы сотрудничаем и с NameGallery, Marina Gisich gallery, наши художники никак не пересекаются. Более того, когда клиенты просят предоставить работы художника, которого нет у меня, но я точно знаю, что он есть в галерее у Марины, я звоню ей и говорю, что есть клиент или направляю его сразу к ней в галерею. Это нормально

#### **- Сотрудничество/взаимодействие с художниками.**

С художниками мы устанавливаем контакт через «тусовку», вероятность того, что тот или иной скульптор/художник напишет нам на почту и мы его возьмем практически равна нулю. Чтобы работать с нами, художник должен как минимум быть участником выставок/биеннале.

**- По каким критериям происходит отбор художника/артиста?**

По количеству его призовых работ, по тому как часто художник участвовал в биеннале, выставках, от этого зависит его востребованность. Его могут посоветовать, например, если И.Д. Чечот нам его посоветует, то мы обратим на него внимание.

Так же наша галерея раз в два года устраивает конкурс среди молодых художников, его оценивает команда искусствоведов (Озерков Д., Кэтрин Бэккер, Сергей Братков, Олеся Туркина), как было в 2015 году и победитель получает денежный приз в размере 100000 рублей и средства на реализацию проекта.

**- Какие инструменты на Ваш взгляд могут поспособствовать развитию индустрии?**

Только увеличение русских людей, готовых покупать современное искусство

**- Специфика организации выставки в Санкт-Петербурге**

Очень мало богатых людей, кто готов скупать современное искусства. Если в Москве это все происходит свободнее и люди готовы отдавать деньги за современное искусство, то в Петербурге – нет.

**- По каким критериям просчитывается эффективность того или иного мероприятия?**

Прибыль, отбивает ли продажа затраты на организацию мероприятия/выставки

**- Сегодня в современной культуре Санкт-Петербурга не хватает ....  
Закончите фразу**

-Хороших новых и молодых художников не хватает для развития арт-рынка. В последнее время ходишь по выставкам, едешь на ярмарки, а там все одно и то же. Нет новых лиц, есть несколько успешных художников, которые всем уже приелись и на этом все. Необходимы новые таланты

У нас русские люди с финансовыми возможностями развить арт-рынок не покупают русское искусство. Так кто будет делать рынок если не русские люди. Вот китайцы, они ведь так и сделали себе рынок, что на аукционах и ярмарках покупали работы своих художников. Нужно объединяться, чтобы достичь прогресса здесь